

OS SEGREDOS DA HIPNOSE CONVERSACIONAL

**Descubra Como Hipnotizar Qualquer Pessoa Sem
Precisar Pedir Autorização ou Ter Que Dizer
“Durma Profundamente!”**



Confissões de Um Hacker Do Cérebro
Marcelo Maia



Os Segredos Da Hipnose CONVERSACIONAL

Descubra Como Hipnotizar Qualquer Pessoa Em Qualquer Lugar Sem Precisar Pedir
Autorização ou Ter Que Dizer “Durma Profundamente”

Confissões de Um Hacker Do Cérebro
Marcelo Maia

Copyright, Marcelo Maia, Todos os Direitos Reservados
Distribuição e reprodução sem autorização do autor são proibidas por lei.
ISBN: 978-1981226238

Sumário

O EscritorDedicatória:Prefácio:Sobre o Autor:O Que é a Hipnose Conversacional?

Para Que Serve?1. Alterar Estados Emocionais 10

2. Induzir comportamentos específicos 12

3. Criar novas crenças 13

Quais Fenômenos Hipnóticos Posso Conseguir?Como a hipnose funciona? Existe comprovação científica? 16

Os Experimentos CientíficosCondicionamento de Skinner 18

Experimento da Conformidade de Asch 20

Efeito Pré Ativação (Priming) 22

Experimento de Pavlov 25

Experimento Dra Ellen Langers (Mindless) 27

1. Porque 29

2. Sim 29

3 ... e ... 30

4. Mas... 30

5. Tentar 31

6. Quanto mais ... mais... 32

7. Em breve ... / Em um momento... 32

8. Imagine .../ Faz de conta ... 33

9. Além disso... 33

Como Fazer Um Show De Hipnose? 33

Efeito Placebo (O Poder de Acreditar) 40

Estratégia 1 : Descrever o ProcessoEstratégia 2 : Evocar MemóriasEstratégia 3 : Usar SubmodalidadesEstratégia 4 : Usar AmplificadoresEstratégia 5 : Dor / PrazerFugir da Dor ou Buscar Prazer 57

Estratégia 6 : Tom de VozComo Tornar Sua Voz Mais Persuasiva? 61

Estratégia 7: Gatilhos Mentais1. Autoridade 63

2. Fracasso/Sucesso 63

3. Histórias 64

<u>4. Prova Científica</u>	<u>64</u>
<u>5. Reciprocidade</u>	<u>65</u>
<u>6. Surpresa Inesperada</u>	<u>65</u>
<u>7. Consistência</u>	<u>66</u>
<u>8. Compromisso e Coerência</u>	<u>66</u>
<u>9. Segurança</u>	<u>67</u>
<u>10. Conforto Físico</u>	<u>67</u>
<u>11. Razões Lógicas e Emocionais</u>	<u>68</u>
<u>12. Problema - Solução</u>	<u>68</u>
<u>13. Expectativa - Antecipação</u>	<u>69</u>
<u>14. Repetição</u>	<u>69</u>
<u>15. Submodalidades Sensoriais e Sinestesia</u>	<u>70</u>
<u>16. Afinidade</u>	<u>70</u>
<u>17. Liberdade</u>	<u>71</u>
<u>18. Contraste</u>	<u>71</u>
<u>19. Prova Social</u>	<u>72</u>
<u>20. Interatividade</u>	<u>72</u>
<u>21. Comunidade</u>	<u>73</u>
<u>22. Medo de Perder</u>	<u>73</u>
<u>23. Senso de Propriedade</u>	<u>74</u>
<u>24. Urgência</u>	<u>74</u>
<u>25. Escassez</u>	<u>74</u>
<u>26. Exclusividade</u>	<u>75</u>
<u>27. Auto Conhecimento</u>	<u>75</u>
<u>Veja como funciona:</u>	<u>76</u>
<u>Estratégia 8: Metáforas Poderosas</u>	<u>82</u>
<u>Analgesia</u>	<u>82</u>
<u>Dissociação</u>	<u>83</u>
<u>Amnésia</u>	<u>83</u>
<u>Regressão e Hipermnésia</u>	<u>83</u>
<u>Alucinação positiva</u>	<u>84</u>
<u>Alucinação negativa</u>	<u>84</u>
<u>Sugestão pós-hipnótica</u>	<u>85</u>

<u>Mudança de estados</u>	<u>85</u>
<u>Como utilizar a hipnose conversacional no seu dia a dia?</u> <u>Sedução</u>	<u>88</u>
<u>Relacionamentos</u>	<u>88</u>
<u>Terapia</u>	<u>88</u>
<u>Vendas</u>	<u>89</u>
<u>Marketing Pessoal</u>	<u>89</u>
<u>Negociações</u>	<u>89</u>
<u>Apresentações</u>	<u>89</u>
<u>Mentalismo e ilusionismo</u>	<u>90</u>
<u>Resumo Estratégico</u> <u>Conclusão</u> <u>Treinamento</u> <u>Bibliografia</u>	

O Escritor

Diz a história que um escritor famoso decidiu comprar uma casa no alto de uma colina, bem próxima ao mar, para poder ter inspiração para a sua nova obra.

Naquele lindo dia de sol, sentado em sua cadeira de frente para a janela, ele observou lá na praia uma movimentação estranha. Existia um garoto que levantava e abaixava, levantava e abaixava, levantava e abaixava....

Curioso, o escritor decidiu largar seu trabalho e dar uma volta na praia para saber o que estava acontecendo.

Logo ao chegar, ele finalmente pode entender o que havia acontecido. A maré alta da noite anterior trouxe milhares de estrelas do mar para a areia da praia e aquele pobre garoto estava pegando uma por uma e jogando de volta ao mar.

Foi então que o escritor com toda a sua superioridade intelectual disse para o menino:

- Garoto, é bonito seu esforço, mas é inútil. Seu ato não vai fazer nenhuma diferença para a natureza.

O menino ouviu e continuou o que fazia. Ele abaixou, pegou outra estrela e jogou ela no mar. Ele abaixou novamente, pegou outra estrela e jogou ela no mar.

Foi então que o menino disse:

- Posso não fazer muita diferença para a natureza, mas para essa aqui eu fiz a diferença. Para essa aqui, eu fiz a diferença. Para essa aqui, eu fiz a diferença.

O escritor, então, apenas olhou o menino nos olhos, abaixou, pegou uma

estrela e a jogou no mar. E assim ele continuou durante toda a manhã.

Dedicatória:

Sem a inspiração da minha esposa e filha esse trabalho não teria sentido. Toda a ajuda e apoio que recebi da minha família está em parte impresso nessa publicação. Meu coração foi aberto para que eu pudesse revelar aqui para você todos os segredos mais profundos da mente humana e da hipnose conversacional.

É verdade que pensei duas vezes antes de lançar esse livro.

O conteúdo que será apresentado aqui pode sim ser utilizado para fins de manipulação e controle mental por engenharia social. Mas eu realmente espero que você veja também todas as infinitas possibilidades de crescimento e desenvolvimento pessoal que você pode alcançar com esse mesmo conhecimento.

Essa é uma ferramenta poderosa que vai te dar o poder de se tornar um agente de transformação (alguém com a habilidade de mudar a realidade das outras pessoas com suas palavras).

Abra sua mente, conhecimento é poder. Estamos trabalhando pela evolução da consciência humana. Essa é minha missão e eu acredito que o conhecimento é a nossa melhor arma contra a ignorância e contra toda forma de manipulação.

*“E conhecereis a verdade, e a verdade vos libertará.”
João 8:32*

Prefácio:

Este livro foi produzido com o objetivo de ensinar qualquer pessoa a hipnotizar qualquer um em qualquer lugar rapidamente sem precisar pedir autorização ou ter que dizer para a pessoa fechar os olhos e dormir profundamente.

Se esse conteúdo de alguma forma vai contra alguma crença pessoal sobre o uso da ciência como ferramenta de desenvolvimento pessoal para melhorar sua vida, então encerre a sua leitura antes que a informação aqui exposta destrua sua noção de realidade.

Agora, se você é inteligente e orientado a resultados, leia atentamente este livro até o final para descobrir quais são as estratégias verbais e não verbais que permitem entrar no subconsciente de qualquer pessoa rapidamente ou em segundos.

O fato é que um bom comunicador deve ser capaz de capturar a atenção e engajar a imaginação das pessoas causando fortes emoções com as suas palavras. E, através da leitura desse livro, você se tornará alguém com essa incrível habilidade.

Imagine a sensação de realização e satisfação quando você estiver em uma situação onde percebe que o seu conhecimento adquirido com a leitura desse livro foi o responsável pelo seu resultado e pela sua transformação pessoal. O quão fantástico isso seria?

Você vai finalmente aprender como evitar conflitos e parar de se esforçar tanto tentando convencer as pessoas, para realmente conseguir influenciá-las a dizer sim ao que estiver propondo, aumentando suas chances de conquistar seus objetivos e sonhos.

Como disse Robert Cialdini, uma das maiores autoridades em persuasão do mundo.

- “Influenciar outras pessoas não é mágica, é ciência.”

Quando compreendemos claramente como a comunicação é processada no cérebro, podemos encontrar formas e estratégias mais eficientes de nos expressar e nos comunicar, transformando nossas palavras em armas psicológicas capazes de ativar emoções e estados emocionais específicos com precisão matemática.

Seja como ferramenta de sedução, vendas ou mesmo como ferramenta terapêutica, você poderá usar as estratégias de hipnose conversacional para potencializar suas chances de alcançar seus objetivos e metas.

Aumente seu valor pessoal, amplie seu círculo de influência e conquiste o seu espaço se destacando da multidão.

Você já sabe que essa é uma habilidade fundamental para o seu desenvolvimento pessoal, emocional e profissional. Por isso, não perca tempo. Concentre-se na leitura e faça todos os exercícios propostos para aprender como fazer amigos e influenciar pessoas com a hipnose conversacional.

Sobre o Autor:

Quem Sou Eu e Porque Escrevi Esse Livro?

Talvez você já tenha ouvido falar de mim como “o hacker de mentes” ou “o mago da mente”. Ou talvez você nunca tenha ouvido falar de mim, a não ser por esse livro.

De qualquer forma, antes que possa explicar todos os conceitos e deixar tudo bem claro para você, é necessário que eu me apresente.

Meu nome é Marcelo Maia e assuntos relacionados ao cérebro, hipnose e persuasão deixaram de ser um simples interesse para se tornarem uma verdadeira obsessão para mim.

Hoje eu sou hipnoterapeuta, professor de neurolinguística e fundador do portal de desenvolvimento pessoal CérebroFit. E fiquei popular no YouTube graças a série #hacksmentais, que hoje impacta centenas de milhares de pessoas.

Mas a verdade é que nem sempre foi assim. Já fui muito tímido e minha autoestima era tão baixa que eu não queria nem sair de casa durante minha adolescência.

Eu ficava horas no computador lendo e estudando sobre coisas que pudessem explicar porque a minha vida não tinha sentido. Porque eu me sentia tão vazio por dentro.

O meu coração apertava sempre que eu pensava no futuro porque eu via em minha mente como seria se eu continuasse a deixar o medo de falar em público me dominar.

Eu sabia que estaria condenado para sempre a uma vida de resultados medíocres em que eu evitaria ao máximo todos os riscos e me esconderia eternamente de qualquer grande conquista. Era uma situação desesperadora.

Foi assim até o dia que um amigo me falou sobre um livro que ele havia lido e gostado muito. Ainda me lembro como se fosse ontem, “O Poder do Subconsciente” de Joseph Murphy. Este livro abriu as portas para que eu começasse a me apaixonar pela ideia de poder reprogramar meu cérebro e o meu subconsciente.

Desde então, minha saga não parou mais. Li tudo o que encontrava sobre desenvolvimento pessoal, psicologia, persuasão, pnl, hipnose... tudo que pudesse me mostrar um meio de mudar a minha vida vazia e sem sentido.

Meu desejo em alcançar pleno controle sobre a minha mente cresceu tanto que comecei a estudar e catalogar todas as funções cerebrais e respectivos órgãos e estruturas neurológicas pregando as imagens em minha parede. Me tornei obsessivo pela compreensão de como o cérebro funciona.

E o mais fascinante foi que esses estudos geraram uma série de descobertas que mudaram minha vida completamente. O conhecimento sobre o comportamento humano e o entendimento de como a mente funciona me permitiu compreender melhor minhas próprias crenças.

Eu pude entender a “REALIDADE” e, graças a isso, meus resultados começaram a mudar. Parei de deixar o medo tomar conta para adotar uma postura de curiosidade em relação a vida, o que me levou por um caminho de experiências fantásticas que antes eu nunca sequer sonhei em vivenciar.

Hoje eu sou extremamente grato por todas as dificuldades, ensinamentos, mestres e livros que contribuíram com o meu crescimento. E, como forma de transmitir um pouco dessa luz para aqueles que ainda não conhecem o poder da hipnose conversacional, decidi escrever esse livro.

Compartilhar a ciência da mente humana se tornou mais que minha missão, se tornou o meu propósito.

Acredito que dessa forma estou contribuindo verdadeiramente para o seu desenvolvimento pessoal e profissional. Estou te dando uma ferramenta para alcançar suas metas e objetivos com mais facilidade. Por isso, faça bom

proveito e a use com inteligência.

Como disse Marianne Williamson, no livro *Um Retorno Ao Amor*:

“Nosso maior medo não é sermos inadequados. Nosso maior medo é que nós somos poderosos, além do que podemos imaginar.

É a nossa luz, não nossa escuridão, que mais nos assusta. Nós nos perguntamos:

*“Quem sou eu para ser brilhante, lindo, talentoso, fabuloso?”.
Na verdade, quem é você para não ser?*

Você, pensando pequeno, não ajuda o mundo. Não há nenhuma bondade em você se diminuir, recuar para que os outros não se sintam inseguros ao seu redor.

Todos nós fomos feitos para brilhar, como as crianças brilham. Nós nascemos para manifestar a glória do universo dentro de nós. Isso não ocorre somente em alguns de nós; mas em todos.

Enquanto permitimos que nossa luz brilhe, nós, inconscientemente, damos permissão a outros para fazerem o mesmo. Quando nós nos libertamos do nosso próprio medo, nossa presença automaticamente libertará outros”.

1. O Que é a Hipnose Conversacional? Para Que Serve?

Aqui, a verdade nua e crua, a hipnose conversacional é a forma mais poderosa de comunicação que existe. Ela serve para garantir que a sua sugestão vai ser aceita pelo subconsciente de outra pessoa, sem a necessidade de colocar a pessoa em um “estado de transe” formal como na hipnose clássica.

Com essas estratégias de comunicação e padrões de linguagem hipnóticos, você terá a habilidade de fazer as pessoas sentirem exatamente aquilo que você quer que elas sintam (alterando seus estados emocionais).

Você aprenderá ainda como cativar, motivar e influenciar as pessoas a agirem ao seu comando. Ou ainda como conseguir convencer qualquer um a dizer sim ao que estiver propondo sem precisar se esforçar tanto.

Tudo isso é possível com o uso dessas poderosas estratégias de comunicação que serão demonstradas neste livro.

Resumidamente, podemos dizer que a hipnose conversacional serve para potencializar suas chances de alcançar seus objetivos e metas. E o mais legal é que você pode usar esse conhecimento como e onde você precisar.

Seja para melhorar seu relacionamento com outras pessoas, seja na hora da paquera e da conquista, seja na hora de fechar um negócio ou uma venda, seja na hora de motivar sua equipe ou convencer alguém a agir.

Imagine ainda ter o poder de criar histórias tão convincentes que qualquer pessoa em sã consciência fosse levada quase instintivamente a aceitar sua lógica à acreditar nas suas ideias. Quanto isso valeria para você?

Poder finalmente alcançar objetivos e metas que dependem da colaboração de outras pessoas. Imagine em um futuro próximo você vivenciando suas novas

conquistas e sentindo essa sensação de realização e dever cumprido, sabendo que tudo isso começou aqui com a leitura deste livro.

O fato é que a hipnose conversacional vai te ajudar a colocar as outras pessoas em um estado mental adequado para que elas se sintam fortemente compelidas a concordarem ou fazerem aquilo que você estiver sugerindo.

Basicamente, ela serve para 3 funções principais:

1. Alterar estados mentais;
2. Induzir comportamentos específicos;
3. Criar novas crenças.

Vamos detalhar um pouco mais como isso funciona nos tópicos a seguir:

1. Alterar Estados Emocionais

Você sabe o que são estados mentais? Definimos como estado mental a representação emocional do que a pessoa está sentindo neste exato momento.

Por exemplo, neste momento você está atento e concentrado nessa leitura. Ou você pode estar distraído. Motivado, desmotivado, interessado, desinteressado, ansioso, relaxado, nervoso, calmo, triste, feliz...

Por que isso é importante?

As nossas emoções determinam a forma como percebemos a “realidade” ao nosso redor e, conseqüentemente, o nosso comportamento diante de determinados eventos ou circunstâncias.

Poucas pessoas compreendem esse fato sobre como o cérebro humano funciona e como sua percepção é processada internamente.

A verdade é que as emoções são como uma lente que te faz ver o mundo de formas diferentes. Por exemplo, se você está depressivo, o mundo não faz sentido. Agora, se você está se divertindo, o mundo é um lugar incrível.

Uma pessoa em um estado mental de escassez vai sentir dificuldade para prosperar e estará sempre reclamando das coisas. Já uma pessoa em um estado mental de abundância, mesmo em uma situação ruim, vai visualizar possibilidades e ações que ela pode tomar para melhorar sua vida financeira.

Você percebe a diferença? A diferença, neste caso, está na mentalidade. Portanto, a mentalidade é definida como o conjunto de estados mentais que a pessoa se encontra na maior parte do tempo.

No entanto, o mais fantástico é que com algumas técnicas de hipnose conversacional, você pode aprender como alterar esses estados emocionais para colocar a outra pessoa em um estado mais susceptível a dizer SIM ao que você estiver propondo.

Exemplo 1:

Imagine que você é um vendedor e encontra uma pessoa completamente desinteressada no seu produto. Suponha que você possa contar uma história rápida que faça a outra pessoa sentir um forte e irresistível desejo de compra do seu produto. O quanto uma habilidade como essa vale para você? A habilidade de atrair clientes e conquistar mais vendas e lucros.

Exemplo 2:

Talvez você esteja a procura de um amor. Imagine se você pudesse falar algumas coisas e, em alguns minutos, fosse capaz de fazer com que a outra pessoa ficasse completamente apaixonada por você. Quanto isso significa para você e seus relacionamentos?

Exemplo 3:

Você tem uma ideia milionária que poderia resolver um grande problema do mundo. Mas como conseguir convencer as pessoas a entrarem nesse projeto com você e se dedicarem para valer? Como motivá-las?

Como você provavelmente já deve ter notado, essa é uma habilidade fantástica que vai elevar o seu poder de comunicação para o próximo nível. Independente da área que você esteja atuando ou dos objetivos que deseja alcançar.

E tem mais, você ainda pode usar a hipnose conversacional para:

2. Induzir comportamentos específicos

Pense, por um momento, no que você quer que a outra pessoa faça para você.

- Você quer que a pessoa compre um produto ou serviço seu?
- Você quer que a outra pessoa se interesse por você e te dê um beijo?
- Você quer que a pessoa compareça no seu evento?
- Você quer que a pessoa _____?

Tudo começa com um objetivo claro e preciso. Ter um objetivo específico a ser alcançado é a melhor forma de direcionar os esforços da sua comunicação. Afinal, você não vai querer ficar falando e falando e falando... para não chegar em lugar nenhum.

Honestamente, esse é o principal erro que a maioria das pessoas comuns cometem. Como elas não têm objetivos e metas precisos, perdem muito tempo com conversas sem sentido, discussões bobas e ficam dando voltas com suas histórias sem nunca chegarem a um propósito específico.

A hipnose conversacional é uma ferramenta para potencializar seu poder de persuasão e influência. Para isso, todo o processo de comunicação deve ser objetivo e orientado a um resultado claro e específico.

Cultive uma mentalidade orientada ao resultado e veja os seus resultados crescerem em qualquer coisa que se disponha a fazer.

Como disse um sábio: "Para quem não sabe onde vai, qualquer caminho serve."

É comprovado cientificamente que o cérebro humano funciona melhor quando há metas e objetivos traçados. Saber como induzir comportamentos e ações específicas que vão te dar o RESULTADO que você deseja é simplesmente essencial na hipnose conversacional.

3. Criar novas crenças

Às vezes, somente mudar o estado emocional e ter um objetivo não são suficientes para conseguir que a outra pessoa faça aquilo que você deseja. Isso porque ela pode ter crenças conflitantes que não permitem que ela faça determinada coisa.

Quando isso acontece, você precisa utilizar a hipnose conversacional para convencer a outra pessoa. Seja através de demonstrações de exceções à regra ou mesmo ajudando-a a modificar suas crenças, questionando e fortalecendo novos pontos de vista.

Talvez você tenha que, por exemplo, motivar uma equipe para que possam ganhar a competição, mas eles não acreditam que são bons o suficiente...

Ou ainda, um outro exemplo, você quer ajudar um amigo com um vício que ele tem, porém ele não acredita ser possível mudar sua vida...

Enfim, existem várias situações onde você se encontra em uma posição em que precisa mudar alguma crença para conseguir que a outra pessoa se conecte no seu propósito e isso também pode ser realizado com a hipnose conversacional.

Nos próximos capítulos, você descobrirá como fazer isso e muito mais. Portanto, apenas continue focado em sua leitura.

Quais Fenômenos Hipnóticos Posso Conseguir?

Assim como na hipnose clássica (de palco), a hipnose conversacional também pode ser usada para gerar fenômenos hipnóticos. A única diferença é que você não vai usar comandos diretos e nem ter que pedir permissão (posso te hipnotizar?) ou ter que falar para a pessoa fechar os olhos (Durma!) como em uma apresentação de palco.

Na hipnose conversacional, você induz os fenômenos através das suas histórias, metáforas e mesmo durante uma conversa normal utilizando estratégias para colocar a pessoa em TRANSE mesmo de olhos abertos.

Abaixo, descrevo um pouco mais sobre cada fenômeno que é possível ser atingido com o uso de uma comunicação hipnótica:

1. Catalepsia

Neste estado, o indivíduo se encontra inerte, sem vontade alguma de se mover devido à imobilização de seus membros. Serve bem para demonstrações de palco e palestras onde você precisa apresentar fenômenos hipnóticos;

2. Anestesia

Quando o paciente não sente nenhuma sensação de dor no corpo, sendo utilizada em procedimentos cirúrgicos e na odontologia;

3. Analgesia

O paciente sente uma redução bastante significativa da dor em determinada região do corpo. Usada, por exemplo, para aliviar dores de cabeça, injeções, tatuagens e pequenos machucados;

4. Dissociação

É a separação entre o consciente e o subconsciente. Embora o indivíduo fique consciente durante o transe, ele percebe que algo diferente está acontecendo. É como se o paciente pudesse ser duas pessoas ao mesmo tempo (um que

observa e um que experimenta).

5. Amnésia

A pessoa pode se esquecer de informações simples ou mesmo de um determinado fato, ou de fatos passados, que causam dor ou desconforto;

6. Hipermnésia

Neste caso, pode-se elevar o poder de memorização sobre algum assunto estudado, ou ampliar alguma lembrança, podendo descrever até mesmo em detalhes tudo que aconteceu.

É utilizada pela polícia forense para a descrição de retratos falados de suspeitos, ou para a descrição mais detalhada de algum acontecimento observado por testemunhas;

7. Regressão

Relembrar fatos gravados na memória, revivendo momentos passados, esquecidos ou não, tendo a vivência e a percepção de estar ocorrendo no exato momento do transe.

Este fenômeno é trabalhado para dar outra visão aos fatos, fazendo o paciente compreender que este não poderá mais afetá-lo no presente (ideal para terapia);

8. Progressão ao futuro

Pode-se levar uma pessoa a imaginar o futuro, cumprindo suas metas e conquistando os objetivos que traçou. Possui caráter motivacional e terapêutico;

9. Distorção do tempo

A pessoa quando em transe não percebe o tempo passar, pois sua percepção do tempo cronológico é distorcida. Alguns minutos podem parecer como horas, e horas podem parecer como poucos minutos;

10. Alucinação positiva

Quando algum de seus sentidos (visão, audição, paladar, toque, olfato) está tão estimulado que ele pode “sentir/ver/ouvir” algo que não existe realmente (apenas na sua imaginação);

11. Alucinação negativa

Quando algum de seus sentidos (visão, audição, paladar, toque, olfato) está tão estimulado que ele pode DEIXAR de “sentir/ver/ouvir” algo que existe. É como quando você vai procurar o celular e fica procurando até perceber que ele está na sua mão. Seu cérebro pode bloquear um determinado estímulo sensorial.

12. Atividade ideossensória ou ideomotora

Quando a pessoa produz sinalizações com seu corpo em resposta a comandos recebidos. A atividade ideomotora pode ser observada no movimento dos olhos, comportamento, expressões faciais e até em pequenos gestos.

13. Sugestão pós-hipnótica

É a execução de comandos inseridos durante o transe, na qual a pessoa hipnotizada os realiza mesmo após sair deste estado. Você pode criar âncoras ou gatilhos que serão disparados de acordo com estímulos específicos, causando reações determinadas.

É muito utilizada na hipnoterapia, pois através dela o hipnoterapeuta sugere um novo modo de agir diante dos problemas pelos quais o paciente procurou o tratamento. Você pode fazer com que o paciente deixe de fumar, tenha forças para mudar sua alimentação, motivação para a prática de esportes ou atividades físicas...

14. Mudança de estados emocionais

Ocorre quando uma pessoa é levada a experimentar novas emoções diferentes das que ela estava sentindo antes. Ex: felicidade, tristeza, paixão...

Todos estes fenômenos hipnóticos podem ser induzidos via hipnose conversacional. Em breve, você poderá ver exemplos práticos de como fazer passo a passo, mas antes precisamos mostrar um pouco da ciência de como tudo isso é possível.

2. Como a hipnose funciona? Existe comprovação científica?

Hipnose, segundo a atual definição pela Associação Americana de Psicologia, é um estado de consciência que envolve atenção focada e consciência periférica reduzida, caracterizada por uma maior capacidade de resposta à sugestão. No transe, a mente consciente investe menos atenção aos estímulos irrelevantes do ambiente e mais atenção às sugestões oferecidas.

Desta forma, para entrar em transe, basta entrar em um estado de atenção altamente focado, e isso não requer nenhuma habilidade especial. Estima-se que uma pessoa comum entre em transe pelo menos durante 10 minutos a cada hora.

Por exemplo:

Como quando você está super atento a televisão e ao filme que chega a se emocionar com a história do protagonista, ou quando você está tão atento ao seu celular que não escuta o que as pessoas ao seu redor estão falando...

Ou quando você está procurando suas chaves e, depois de um tempo, percebe que elas estavam em sua mão o tempo todo. Ou quando dirige e não se lembra de como chegou em casa, como se tivesse dirigindo sem perceber...

Tudo isso acontece quando sua atenção está engajada em um processo específico, seja em uma lembrança do passado, uma projeção do futuro ou em um pensamento.

Então, você pode perguntar: “Não precisa fechar os olhos para entrar em transe?” Não, não precisa. O fato de fechar os olhos é apenas um facilitador para o transe.

Acontece que fechar os olhos e dizer para a pessoa DURMA é mais interessante para apresentações de palco. E como a hipnose ficou mais conhecida através de shows e programas de televisão, esse mito de que a

pessoa está “dormindo” acabou se difundindo no senso comum.

O termo "hipnose" (grego hipnos = sono + latim osis = ação ou processo) deve o seu nome ao médico e pesquisador britânico James Braid (1795-1860), que o introduziu pois acreditou tratar-se de uma espécie de sono induzido (Hipnos era também o nome do deus grego do sono). Quando tal equívoco foi reconhecido, o termo já estava consagrado e permaneceu nos usos científicos e populares.

Na verdade, o nome deveria ser MONOIDEÍSMO, que é um **estado psicológico em que prevalece uma única ideia ou uma só ordem de associação mental.**

Qualquer pessoa pode entrar em transe, já que isso não exige nenhum tipo de super poderes ou habilidade especial. Podemos inclusive colocar as pessoas em transe mesmo em uma conversa natural, o que é a base da hipnose conversacional.

Existem várias formas diferentes de se induzir ao transe e inserir suas sugestões no inconsciente das outras pessoas. Nos próximos capítulos, você terá informações mais detalhadas sobre o processo envolvido e as estratégias que podem ser usadas.

Agora, antes de continuarmos, quero que você possa entender melhor algumas características do comportamento humano e alguns mecanismos cerebrais importantes para ter uma visão mais clara de tudo.

Os Experimentos Científicos

Preste bastante atenção a cada um desses experimentos, pois eles serão referenciados diversas vezes durante a leitura desse livro como forma de explicar o porquê de certos comportamentos humanos.

São eles:

- Condicionamento de Skinner
- Experimento de Pavlov
- Conformidade de Asch
- Efeito da Pré Ativação
- Experimento Ellen Langer
- O Efeito Placebo

O entendimento desses princípios vai te dar uma imensa vantagem psicológica em relação a qualquer pessoa que não tem esse mesmo entendimento sobre si mesma e sobre como o seu cérebro funciona.

Por isso, seja responsável.

Lembre-se que: *“Grandes poderes exigem grandes responsabilidades”* - Tio Ben

Condicionamento de Skinner

O condicionamento operante é um método de aprendizado que ocorre através de recompensas e punições para o comportamento. Através do condicionamento operante, uma associação é feita entre um comportamento e uma consequência.

Por exemplo, quando um rato de laboratório pressiona um botão azul, ele recebe uma bolinha de comida como recompensa. Porém, quando ele aperta o botão vermelho, ele recebe um leve choque elétrico. Como resultado, o rato aprende a pressionar o botão azul e a evitar o botão vermelho.

O condicionamento operante foi cunhado pelo escritor e psicólogo BF Skinner, razão pela qual você pode ocasionalmente ouvi-lo referido como condicionamento Skinneriano.

Como um behaviorista, Skinner acreditava que não era realmente necessário olhar para pensamentos e motivações internas a fim de explicar o comportamento. Em vez disso, ele sugeriu que devemos olhar apenas para as causas externas, observáveis do comportamento humano.

O condicionamento operante se baseia em uma premissa bastante simples – *ações que são seguidas por reforço serão reforçadas e têm mais probabilidade de ocorrer novamente no futuro.*

Por exemplo, se você contar uma história engraçada na classe e todo mundo rir, provavelmente você estará mais propenso a contar essa história novamente no futuro.

Por outro lado, as ações que resultam em punição ou consequências indesejáveis serão enfraquecidas e terão menor probabilidade de ocorrerem novamente no futuro. Se você contar a mesma história novamente em outra classe, mas ninguém rir, desta vez você estará menos propenso a repetir tal história no futuro.

Podemos encontrar exemplos de condicionamento operante funcionando ao nosso redor. Considere o caso de crianças que completam a lição de casa para ganhar uma recompensa de um pai ou professor, ou funcionários que acabam projetos para receber elogios ou promoções.

Nestes exemplos, a promessa ou possibilidade de recompensas provoca um aumento no comportamento. No entanto, é claro que o condicionamento operante também pode ser usado para diminuir um comportamento.

Por exemplo, uma criança pode ser informada de que vai perder o privilégio do recreio se falar fora de hora em sala de aula. Este potencial para a punição pode levar a uma diminuição da indisciplina.

Você pode utilizar essa ideia de reforço positivo (recompensa) e punição (dor) como ferramenta para direcionar sua comunicação e, conseqüentemente, o comportamento das outras pessoas. Esse padrão pode ser utilizado tanto na sua comunicação verbal quanto não verbal, por exemplo:

a. **Em uma frase:**

Você pode ganhar um brinde especial se decidir participar do nosso evento e claro, se você não for, vai perder o melhor da festa...

ganhar brinde = recompensa

perder o melhor da festa = punição

b. **Em um comportamento:**

Quando em uma reunião você percebe que um parceiro vai falar algo ruim para o momento e você dá um chute nele por baixo da mesa (punição).

ou

Quando você dá alguma guloseima para a criança por ela ter se comportado bem. Ou a coloca de castigo como forma de punição por algum comportamento ruim.

O condicionamento basicamente explica como os animais aprendem (seja na natureza ou em ambientes artificiais). A recompensa e a punição são duas forças poderosas que moldam ações e comportamentos.

Experimento da Conformidade de Asch

O experimento de Asch sobre a pressão social é bem interessante e já foi replicado em vários lugares do mundo com respostas semelhantes em todos eles.

Em 1951, Solomon Asch realizou um experimento para tentar encontrar indícios do **poder de influência que os grupos exercem sobre os indivíduos**.

Ele queria provar que o simples desejo de pertencer a um grupo faz com que as pessoas abram mão de suas opiniões, convicções e individualidades.

Imagine-se numa sala com sete outros estudantes que vão participar de um experimento sobre acuidade visual para o qual você se ofereceu como voluntário.

O teste é bem simples. Consiste em comparar a imagem em 2 cartões. Você só precisa encontrar a linha de tamanho correspondente no outro cartão.

- Moleza!, você pensa.

E todos respondem corretamente na primeira vez que o examinador pergunta. E na segunda vez, novamente, todos estão certos. Afinal, a resposta é óbvia.

Quando você já começava a se arrepender de estar ali, pois tudo indicava uma tediosa atividade para identificar aspirantes a cego, o primeiro colega da sala a responder claramente comete um erro. E escolhe a resposta obviamente errada.

- "Como ele pode? Uma linha é visivelmente maior do que a outra!",
você pensa inconformado.

Mas aí o seguinte comete o mesmo erro. E também o terceiro e todos os demais. Você é a última pessoa na fila e responde diferente dos demais. Todos olham para você com uma cara de desaprovação.

- Que coisa estranha! - você pensa.

No par de figuras seguinte, o cara da primeira cadeira erra novamente. E todos vão atrás. Você tem certeza que eles estão errados. Mas como podem todos estarem errados e você estar certo?

Você responde de maneira diferente novamente.

Na próxima rodada, você já não tem tanta certeza se está certo... Sua insegurança começa a dar lugar à angústia. Será que você não está enxergando direito? Que constrangimento responder de maneira diferente de todos!

É então que você pensa: - Ah, quer saber? Posso até errar, mas acho melhor responder igual aos outros. Não estou me sentindo bem discordando dessa estranha unanimidade.

Pronto. Você começa a responder como o grupo.

No fim do experimento, você descobre, porém, que o único voluntário de verdade era você. Os outros sete ali presentes eram atores que faziam parte da pesquisa. E todos foram orientados a dar as respostas erradas para ver até que ponto você resistiria.

E então, você manteria ou não manteria sua posição?

Como resultados, Asch observou que apenas 30% dos sujeitos não se conformam à pressão implícita pelo grupo, ou seja, mantiveram-se fiéis a sua própria percepção.

Isso explica porque tantas pessoas são tão obcecadas em defender seus grupos. Seja em uma religião, seja no futebol, seja na política...

Resumidamente:

Baseamos nossas opiniões e decisões no que outras pessoas estão fazendo tentando espelhar o comportamento do grupo.

Se existem muitas pessoas em um grupo com a mesma opinião, você tende a concordar com elas enquanto está com o grupo. Chamamos isso de pressão social.

Quer mais exemplos? Entre um restaurante lotado e um ao lado vazio, você vai sentir que o lotado é o que tem melhor serviço e qualidade. Se tiver 4 pessoas olhando para cima na rua, você certamente vai olhar também, não é mesmo?

Como aplicar?

Mostre ou diga que existem outras pessoas que estão interessadas, aceitam ou concordam com aquilo que você estiver mostrando ou sugerindo.

Por exemplo, um homem acompanhado de mulheres bonitas se torna mais atraente para outras mulheres. Um produto que tem muitos depoimentos positivos se torna mais atraente para possíveis compradores...

O poder social, mesmo quando em uma frase, pode ser um forte intensificador emocional.

Exemplo:

- a. **Quem mais** quer aprender hipnose conversacional? (quem mais - sugere que outras pessoas estão interessadas)
- b. **Eles** não querem que você saiba isso. (eles - quem?)
- c. **Centenas de pessoas** não podem estar erradas sobre nosso produto. (pressuposição de aceitação social)

Dica Persuasiva: Na hora de convencer alguém importante a entrar em um projeto seu, diga nomes de outras pessoas que a pessoa confia. Dessa forma, ela se sentirá mais inclinada a aceitar.

Exemplo:

Caso você queira convidar o Steve Jobs e o Bill Gates para sua festa é só ligar para eles e dizer algo do tipo:

- Oh Bill Gates, você quer ir à minha festa? O Steve Jobs vai estar lá.
- Ae Steve Jobs, vai na minha festa? O Bill Gates já confirmou presença.

A pressão social é uma ferramenta altamente persuasiva, capaz de literalmente mudar a decisão de uma pessoa.

Efeito Pré Ativação (Priming)

O efeito da pré ativação vem sendo estudado há mais de 50 anos, e está relacionado ao modo como um estímulo inicial pode afetar as respostas de um indivíduo a estímulos subsequentes, sem que exista consciência do mesmo sobre tal influência.

A *primação* afeta tudo em nossa vida, até nossos sonhos, dado o trabalho associativo da memória.

Por exemplo, em um dos estudos do pesquisador John Bargh foi feito um teste de palavras cruzadas e, durante ele, um grupo de pessoas foi submetido a um teste cheio de palavras relacionadas a velhice, enquanto outro grupo recebeu um teste com palavras neutras.

O mais interessante vem a seguir; as pessoas que fizeram o teste com estímulos de velhice e lentidão saíram do experimento andando mais devagar do que quando chegaram. Isso não é incrível?

Eles cronometraram o tempo que as pessoas gastavam para andar no corredor de saída e a diferença entre as velocidades dos dois grupos foi surpreendente.

Resumidamente, podemos dizer que a pré ativação funciona como uma forma de mensagem subliminar, onde estímulos específicos podem ser usados para causar reflexos inconscientes subsequentes.

Exemplo

1. Em que continente fica o Quênia?
2. Quais as duas cores opostas no jogo de xadrez?
3. Diga o nome de um animal.

20% das pessoas respondem *zebra*, quando, sem indução, seriam menos de 1%. O conhecimento é armazenado de forma associativa: *conceitos*

relacionados (...) estão ligados entre si.

Um outro experimento científico interessante sobre priming se refere às pesquisas realizadas nas universidades de Duke (EUA) e Waterloo (Canadá).

341 universitários assistiram a projeções nas quais o logo da Apple ou o da IBM apareciam por milésimos de segundo — tão rápido que eles nem conseguiam identificar que tinham visto um dos dois. Depois da exibição, partiram para um exercício (que consistia em listar a maior quantidade possível de usos para um tijolo) criado para avaliar o quão criativos eram.

Segundo os pesquisadores, o pessoal que viu o logo da Apple (mesmo sem perceber) foi significativamente mais criativo na tarefa do que o povo que viu o logo da IBM. O efeito, eles acreditam, vem da associação geral que fazemos da companhia de Steve Jobs com criatividade.

Ou seja, o simples fato de pensar na Apple nos ativa conceitos como criatividade e inovação Steve Jobs e esses conceitos, de certa forma, direcionam nosso estado mental e comportamentos subsequentes.

O mentalista Derren Brown fez um experimento em um shopping onde ele colocou centenas de mensagens e imagens de pessoas doando coisas (nas vitrines, nos manequins). E então ele fica do lado de fora do shopping vestido como um mendigo pedindo esmola.

O interessante é que “milagrosamente” ele começa a ganhar muito mais dinheiro do que nos dias anteriores, onde ainda não haviam estímulos pré ativadores.

Como usar o efeito da pré ativação em sua comunicação?

O priming pode ser usado como ferramenta para estimular respostas emocionais específicas. Por exemplo, se quiser que alguém relaxe, você tem que usar palavras e estímulos que induzem ao relaxamento...

O que você lembra quando pensa na palavra relaxar?

Calma, tranquilidade, uma praia, uma rede, uma massagem, uma boa noite de sono, um banho quente...

Use essas palavras e SÍMBOLOS de relaxamento em sua comunicação ou

coloque imagens e sons relacionados no AMBIENTE em que o seu ouvinte se encontra para que ele comece a relaxar automaticamente por associação de contexto.

Uma outra forma de utilizar os efeitos da pré ativação em sua comunicação é utilizar muitos adjetivos e advérbios para tornar a sua mensagem mais impactante e notável.

Palavras como fantástico, extraordinário, incrível, honesto, verdadeiro, magnífico, genial, realmente, totalmente, fortemente ... amplificam estímulos sensoriais e ativam as emoções.

Exemplo:

Esse livro é **bom**.

Esse livro é **muito bom**.

Esse livro é **fantástico**.

Esse livro é **extraordinariamente fantástico**.

Perceba como os estímulos são amplificados ou modificados com o uso de diferentes adjetivos e advérbios.

Isso não é **incrível**?

Experimento de Pavlov

Um célebre médico russo do início do século 20 chamado Ivan Pavlov treinou cachorros para que eles ficassem com água na boca e salivassem sem que houvesse nenhuma comida por perto.

Pavlov queria elucidar como os reflexos condicionados eram adquiridos.

Os cães salivam naturalmente por comida; assim, Pavlov chamou a correlação entre o estímulo incondicionado (comida) e a resposta incondicionada (salivação) de reflexo incondicionado.

Por outro lado, quando um estímulo não provoca qualquer tipo de resposta, denomina-se estímulo neutro (som da campainha).

A experiência de Pavlov consistiu em associar um estímulo não condicionado (comida) com a apresentação de um estímulo neutro (som de uma campainha).

Após algumas repetições desta associação de estímulos, verificou-se que o cão aprendeu a salivar perante o estímulo que antes não provocava qualquer resposta (neutro) mesmo na ausência do estímulo incondicionado (comida).

Aqui está o passo a passo para treinar um cão a salivar ao som de uma campainha:

Antes do condicionamento

- Mostre comida para o cão (estímulo) e veja ele começar a salivar (resposta).
- Toque a campainha (estímulo neutro) e não vai acontecer nada (resposta neutra) .

Condicionamento:

- Mostre a comida e toque a campainha ao mesmo tempo.
- Repita isso algumas vezes

Depois do condicionamento:

- Toque a campainha e ele começará a salivar mesmo sem a presença da comida.

Interessante, não é mesmo?

Os seres vivos já nascem com certos reflexos – em outras palavras, são programados para terem determinadas reações diante de situações específicas.

Se um surfista no mar tromba com um tubarão, por exemplo, seus músculos ficam tensos e sua atenção pra lá de redobrada. Afinal, o corpo dele concentra energia automaticamente para fugir daquela ameaçadora boca cheia de dentes. Isso é uma amostra clássica de um reflexo natural.

Agora, o mais fantástico é entender como esse processo pode ser utilizado na hipnose conversacional como ferramenta para estimular respostas emocionais específicas. Em programação neurolinguística, isso é chamado de criação de âncoras.

Veja como funciona o processo de ancoragem:

1. Primeiro, faça a pessoa se lembrar de uma experiência vivida no passado para o estado que você está ancorando.
2. Aplique um gatilho específico quando o estado estiver atingindo o seu máximo.
3. Teste a âncora. Quando você dispara o gatilho, a pessoa pensa no estado?
4. Repetir os passos de 1 a 3 várias vezes torna a âncora mais forte.

Por exemplo, imagine que você contou uma piada e a pessoa está rindo da piada que acabou de ouvir e, então, você a toca no ombro direito. Pronto, você acabou de criar uma âncora emocional.

A pessoa vai se lembrar desse estado divertido sempre que você voltar a tocar nela naquele mesmo ponto em seu ombro. Porém, é muito importante entender que reforçar a âncora pelo menos 3 vezes é essencial para garantir uma associação mais forte com a emoção.

Feito isso, você só precisa disparar a âncora quando precisar. Por exemplo, talvez você queira convencer a outra pessoa a ir em um evento com você e, ao convidá-la, você toca em seu ombro naquele mesmo ponto para fazê-la se lembrar de como pode ser divertido aceitar a sua sugestão.

Agora, uma dica: o melhor estado para ancorar é um estado que ocorre naturalmente (por exemplo, você está rindo de uma piada que acabou de ouvir). Depois desse, o melhor estado é um estado vivido passado altamente

associado (ou uma memória forte).

A âncora, para ser mantida, só deve ser acionada quando necessária e deve ter um reforço regular. Para reforçar (ou melhorar) uma âncora, você pode, em uma base regular, repetir o processo que usou ou, se perceber que está experimentando naturalmente o estado que deseja, dispare o gatilho para melhorar a âncora.

Para fazer uma âncora realmente forte ou associar recursos diferentes à mesma âncora, você pode empilhá-las, isto é, você repete o processo de ancoragem várias vezes, eliciando várias ocorrências do mesmo estado ou de diferentes estados, e faz a ancoragem de todas no mesmo lugar.

Você também pode utilizar essa técnica como ferramenta de reprogramação mental. Por exemplo, talvez você seja tímido e queira criar uma âncora para disparar um estado de autoconfiança em uma situação social. Ou ainda, se você estiver chateado, experimente escutar uma música que te deixa feliz e veja como seu estado mental se altera automaticamente.

Existem várias formas de se utilizar âncoras e os reflexos condicionados a seu favor, como já percebeu. Mas o mais incrível é que essa mesma abordagem também pode ser utilizada na comunicação verbal.

Existem palavras que, devido ao nosso condicionamento cultural, disparam reflexos condicionados em nossa mente sem que percebamos racionalmente. São como palavras de “encantamento”.

No próximo experimento apresentado, você poderá entender um pouco mais como isso funciona.

Experimento Dra Ellen Langers (Mindless)

E se eu te dissesse que existem palavras mágicas que estimulam partes primitivas e irracionais do cérebro. Você ficaria curioso para saber quais são?

Pois bem, a doutora Ellen Langer e seus colegas realizaram um experimento científico muito legal sobre como alguns comportamentos automáticos podem influenciar nossas vidas.

O experimento foi realizado em uma fila de fotocópias (xerox). Os testes examinaram como diferentes solicitações podem afetar a disposição das pessoas para permitir que um indivíduo fure ou não a fila.

No **primeiro teste**, o participante disse: “Desculpa, tenho cinco páginas. Posso usar a máquina de xerox?”

Neste cenário, cerca de **60%** das pessoas permitiram que ele fusesse fila e usasse a máquina antes delas.

Na **segunda situação**, a solicitação foi ligeiramente alterada. Desta vez, o participante disse: “Desculpa, tenho cinco páginas. Posso usar a máquina de xerox porque estou com pressa?”

Você percebeu a diferença entre os dois pedidos?

Vamos examiná-los com atenção: a solicitação foi alterada adicionando o “porque” (o motivo) e isso fez a diferença para que ele fusesse fila.

“Porque eu estou com pressa” não é uma boa desculpa para a maioria de nós. Mesmo assim, cerca de **94%** das pessoas deixaram que ele fusesse a fila desta vez.

Se você acha estranho, vamos à solicitação usada no terceiro e **último teste**:

“Desculpa, tenho cinco páginas. Posso usar a máquina de xerox porque eu tenho que fazer cópias?”

É uma justificativa insuficiente para que as pessoas deixassem o participante

furar fila, afinal, todo mundo ali quer tirar cópias.

Apesar disso, **93%** das pessoas permitiram que ele passasse na frente, apenas 1% a menos que no caso anterior, porém, **33% a mais** que no primeiro teste, no qual não há um porquê no pedido.

Esse experimento prova que algumas palavras podem ativar mecanismos inconscientes e automáticos do cérebro PORQUE a maioria das nossas decisões são inconscientes.

Deixe-me explicar mais claramente.

Ao contrário do que muita gente imagina, nossas decisões quase nunca são conscientes. A maioria das decisões são inconscientes e emocionais e, então, depois nosso cérebro de forma lógica encontra uma justificativa para explicar porque tomou aquela decisão.

Ou seja, para economizar energia, nosso cérebro tem vários padrões automáticos, como por exemplo esse que foi demonstrado no experimento.

Um favor é pedido - Uma razão é dada - Então tudo bem!

Existe um padrão inconsciente automático disparado pelo simples uso da palavra PORQUE ... Esse processo é conhecido no meio científico como mindless behaviour.

E o mais legal é que existem outras palavras de encantamento tão poderosas quanto essa. E você vai poder aprender quais são agora.

1. Porque

O experimento da fila de xerox da Dra Ellen Langer comprovou que quando fazemos um pedido para alguém e damos alguma razão importante, esse pedido tem muito mais chances de ser aceito.

Exemplo:

Você pode comprar aquele livro.

ou

Você pode comprar aquele livro porque ele é legal.

Qual das frases você acha que tem mais impacto no subconsciente? Acertou se você respondeu a segunda, pois “porque ele é legal” pode não ser uma boa razão, mas mesmo assim gera um impacto emocional muito mais forte do que a primeira frase a qual não apresenta uma justificativa.

A técnica aqui é simples: sempre que você estiver conversando e quiser que alguém aceite o que está falando com mais facilidade, diga porque ele deve fazer isso.

2.Sim

A maioria das pessoas subestima essa palavrinha porque não enxergam seu poder de influência subconsciente.

Existe uma técnica de vendas e negociação muito poderosa chamada de YES SET! Essa técnica consiste em conseguir que uma pessoa te diga 3 SIMs antes de você fazer algum pedido maior.

Exemplo.

Você é um ser humano? SIM

Você precisa se comunicar com outras pessoas, não é mesmo? SIM

Você queria poder influenciar elas sem que percebam, certo? SIM

Está pronto para adquirir o curso agora?

Veja como existe uma tendência natural para que você responda sim novamente.

Isso se deve ao condicionamento. Quando você repete uma sugestão várias vezes para o cérebro, ele tem mais tendência a repetir aquele padrão.

O objetivo aqui é fazer a pessoa dizer sim para você o máximo de vezes possível.

Fechado? Ok? De acordo?

3 ... e ...

Sim! E...

Essa conjunção simples permite que você multiplique o poder de qualquer sugestão ou afirmação criando sugestões compostas. E, além disso, ela ajuda no condicionamento e funciona como um reforço positivo sempre que é disparada.

A conjunção “e” funciona para ligar ideias e facilitar a criação de sugestões compostas, reforçando a ideia anterior e criando novas associações.

Exemplo:

Você pode sentar **e** relaxar agora. (Sugestão composta)

Tenho certeza que você já viu, ouviu **e** percebeu como essa técnica funciona.

4. Mas...

Pouca gente sabe, mas essa pequena palavrinha tem uma função muito importante em nossa comunicação. Ela tem o poder de APAGAR tudo o que foi dito antes.

Ou seja, ela funciona como uma forma simples de quebrar qualquer resistência que uma pessoa possa ter em relação a sua sugestão.

Sempre que a pessoa disser “Não!” você pode dizer algo como:

- Sim, mas ... e então apresentar um novo ponto de vista.

Você pode eliminar objeções simplesmente usando a palavra MAS, isso porque essa palavrinha quebra o padrão da linha de raciocínio. A pessoa está pensando de um jeito mas, de repente, vem uma coisa nova e muda a linha de pensamento.

A memória temporária humana é bem limitada. Então, quando mudamos a linha de raciocínio, é fácil para a pessoa se perder no que estava pensando e entrar na sua linha de raciocínio.

5. Tentar

Sempre que você diz tentar, você está pressupondo que pode existir uma falha no processo. Isso faz com que a pessoa fique pensando que vai falhar.

Presta atenção a esse exemplo. Essa é uma sugestão muito usada em hipnose.

- Você pode **tentar**, mas não consegue.

Qualquer hipnotista sabe que esse é um teste para ver se o subconsciente da pessoa está aberto naquele momento. Por isso, existem testes de sugestibilidade antes do show de hipnose começar; o hipnotista faz um teste.

Por exemplo:

Olá a todos! Vamos fazer um experimento agora para testar o poder da sua mente. Quero que fechem as mãos, umas nas outras, isso mesmo. Agora, fixe sua atenção nelas enquanto imagina que estamos passando uma cola mágica entre elas. Isso, perfeito. Em dado momento, vou falar para você TENTAR, mas você não conseguirá porque elas já estão totalmente grudadas, coladas, travadas e é impossível.

As pessoas que não conseguem desgrudar a mão já estão hipnotizadas. Afinal, o próprio comportamento delas está demonstrando que elas aceitaram a sugestão imaginária que você ofereceu.

6. Quanto mais ... mais...

Ele permite que se crie um loop de pensamento, ou seja, a pessoa não consegue parar de pensar naquilo por mais que tente.

Você já deve ter visto algo assim antes. Por exemplo, uma pessoa que quer emagrecer e quer parar de comer, mas quanto mais pensa em parar de comer, mais vontade tem de comer.

Ou mesmo um estudante que sabe que precisa parar de jogar vídeo game para estudar, mas quanto mais pensa em parar de jogar, mais vontade tem de jogar.

Isso acontece porque a mente da pessoa criou um loop.
Um padrão de pensamento auto recursivo.

Da mesma forma, você pode usar esse mesmo padrão para ir criando loops extremamente poderosos na mente das pessoas sem que elas percebam.

7. Em breve ... / Em um momento...

Esse padrão serve para criar uma expectativa e antecipar algum evento futuro, deixando a mente consciente com uma lacuna aberta e incompleta até que se chegue o momento presumido.

Isso é fundamental para manter a atenção das pessoas no que está dizendo. Na verdade, esse padrão é tão poderoso que gera bilhões de dólares todo ano. Você pode vê-los sendo aplicados no mercado de filmes de Hollywood, por exemplo.

Eles criam trailers incríveis que deixam as pessoas loucas apenas esperando o momento de poder assistir. Esse é o poder da expectativa.

Apesar de eu ter colocado como palavra a expressão em breve, você pode usar outras variações relacionadas como ... em um momento, em um segundo, um dia no futuro... a partir de agora ...

A questão principal aqui é criar a expectativa de algo vai acontecer. Isso faz com que o subconsciente seja ativado e fique atento ao sinal.

8. Imagine .../ Faz de conta ...

Esse padrão serve como forma de ATIVAR o subconsciente instantaneamente, pois sempre que você fala o comando imagine ou faz de conta, você está referenciando uma ideia fictícia e não racional. Isso automaticamente ultrapassa o fator crítico da mente consciente e faz a sua sugestão entrar no subconsciente.

Imagine como seria a sensação de realização quando você estiver usando essas palavras de transe em sua comunicação e perceber a resposta positiva que está recebendo das outras pessoas.

Apenas faça de conta que você agora se sente mais confiante e preparado para usar a hipnose conversacional no seu dia a dia.

9. Além disso....

Aqui temos um padrão capaz de mudar a linha de raciocínio e eliminar objeções rapidamente. O padrão **além disso** serve como ferramenta para mostrar um novo ponto de vista e redirecionar o seu fluxo de atenção.

Estas 9 palavras/padrões de linguagem são como palavras de encantamento e são tão poderosas que podem ser utilizadas inclusive para criar alucinações em outras pessoas, como em um show de hipnose.

Quer ver como funciona? Aqui está o passo a passo básico para fazer uma apresentação de hipnose utilizando as 9 palavras de encantamento (irei marcá-las com negrito no roteiro para que você possa identificá-las mais facilmente).

Como Fazer Um Show De Hipnose?

1. Yes Set - condicionamento ao sim
2. Teste de Sugestibilidade
3. Indução hipnótica
4. Sugestões (amnésia, alucinações, ancoragem)
5. Emergir

1. Yes Set (faça as pessoas responderem SIM pelo menos 3 vezes para criar um condicionamento ao sim)

Olá, pessoal. Tudo bem?

Eu trabalho com uma coisa muito interessante que é a hipnose. Vocês já ouviram falar? Tem interesse em participar? Ótimo, não se preocupe que não é nada de outro mundo. Não vou dominar sua mente. Hipnose é apenas concentração e imaginação, beleza?

2. Teste de Sugestibilidade (veja quem está mais concentrado e faça uma seleção dos melhores para o palco)

Então, vamos lá! Quero que vocês façam assim com as mãos (mostre as mãos se unindo) e agora apenas **imagine** que estamos passando uma cola entre elas. Uma cola bem forte, mais forte que o super bonder.

Eu vou contar até 10 e, quando terminar a contagem, suas mãos estarão completamente grudadas uma na outra **porque** essa é uma cola muito poderosa.

- 1... a cola vai passando por entre os dedos
- 2... essa cola vai secando
- 3... sinta os dedos e a mãos grudando cada vez mais
- 4... e a cola vai ficando cada vez mais seca e fixa
- 5... **quando você tentar** desgrudar não vai conseguir **porque** é impossível
- 6... e **quanto mais** você tentar, **mais** grudadas as mãos vão ficar
- 7... grudando cada vez mais

8... já estão totalmente grudadas, é impossível **tentar**

9... completamente grudadas, rígidas e travadas

10

Tente desgrudar e perceba como é impossível, porque elas estão tão grudadas que quanto mais você tenta, mais grudadas elas ficam. Totalmente grudadas agora.

Ótimo, perfeito! Quem está com a mão grudada pode vir aqui para a frente.

3. Indução Hipnótica (o momento que você diz durma e faz a pessoa fechar os olhos para facilitar ainda mais a sua concentração em suas sugestões)

Legal, fique aqui. Ótimo, perfeito!
Suas mãos estão grudadas, não é mesmo?

Então, veja que interessante. Agora **quando eu** estalar os meus dedos, você vai perceber que suas mãos vão desgrudar. – snap –

Bem legal, né? Quer ver algo mais legal?

Quando eu estalar os dedos novamente e dizer a palavra Durma, você vai fechar os olhos e relaxar. Você não vai dormir, vai apenas relaxar profundamente. Beleza?

Olhe para cá, olhe para lá e - snap - DURMA! Profundamente...

4. Sugestões (amnésia, alucinações, ancoragem)

Isso, bem profundo. **Imagine** agora que estamos em uma sala de aula e você vai escrever seu nome na lousa. Agora, você vai pegar o apagador e imaginar que está apagando cada letra do seu nome.

Isso, perfeito. Apague tudo até ter certeza que sumiu. Agora, abra os olhos e me diga, qual é o seu nome?

- Nesse momento, a pessoa vai esquecer o nome. Caso ela não esqueça, você estala os dedos e diz para ela dormir de novo e tenta outra rotina.

Muito bem, dormindo profundamente eu quero que você **imagine agora** que um número entre 3 e 5 vai desaparecer completamente da sua mente. Um número entre 3 e 5 vai sumir como se nunca tivesse existido, **porque** o número 3 e 5 estão colados **e quando** você for falar, mesmo se **tentar**, não conseguirá falar .

Abra os olhos! Me diz uma coisa, qual seu nome? - Fulano
Fulano, quantos dedos você tem nas mãos? - 10

Vamos contar? 1. 2... 3...5..6...7...8...9..10 .. 11
Opa! Tem alguma coisa errada aqui. Você tem 11 dedos?

Quanto é $2 + 2$?

Ótimo, perfeito! Agora feche os olhos novamente e durma! - snap -
Você vai perceber agora que não está mais em uma sala de aula. Na verdade, você está em um show do Luan Santana e você foi convidado para ir ao camarim dele e ele está aqui do seu lado de camisa azul.

- Coloque alguém de camisa azul do lado da pessoa

Quando você abrir os olhos, vai perceber que o Luan Santana está do seu lado.

123 Abra os olhos!

- Fale pra pessoa tirar foto e abraçar seu ídolo!

Ótimo, bem legal! Agora durma profundamente -snap -

A partir de agora, sempre que eu disser a palavra Amarelo, você ficará muito feliz e começará a rir sem parar como se tivesse ouvido a piada mais engraçada do mundo.

123 Abra os olhos

Oi fulano, tudo bem? Sabe onde estamos? Legal aquela imagem amarelo né?

- Nesse momento, a pessoa começará a rir sem parar. Aproveite o show!

5. Emergir (tirar a pessoa do transe e voltar tudo ao normal)

Em um momento, eu vou contar até 10 e, quando fizer isso, você abrirá os olhos se sentindo maravilhosamente bem e tranquilo.

1. volte a sentir a energia subindo pelo seu corpo
2. todas as sugestões vão desaparecendo
3. você vai se sentindo melhor e recuperado
4. a energia está subindo mais e mais
5. sua respiração volta ao normal
6. seus músculos vão se recuperando e voltando
7. despertando todos os músculos
8. preparando para acordar
9. despertando, abra os olhos
10. isso, se sentindo ótimo e maravilhosamente bem

Muito bem, perfeito. Como se sente?

Palmas para ele, pessoal!

O ponto mais importante da hipnose de palco é entender que uma sugestão simples aceita abre porta para outra sugestão mais avançada acontecer.

Enquanto você vai escalonando as sugestões uma a uma, você está dissociando cada vez mais o consciente do subconsciente, permitindo que fenômenos hipnóticos mais complexos aconteçam, como a alucinação e as sugestões pós hipnóticas.

Bem legal, né? Quer mais exemplos?

Exemplo (grudar mãos em uma mesa) :

Olá, tudo bem? Quer participar de um experimento psicológico para conhecer o poder da sua mente? Pode se sentar aqui? Isso... (*yes set !*)

Você consegue colocar a mão aqui? Isso, perfeito! (*reforço positivo*)
Agora, apenas fixe seus olhos em um ponto da sua mão (indução) e **imagine** que estamos colocando uma cola mais forte que super bonder. Você pode pressionar um pouco mais sua mão para baixo para sentir a cola e grudar ainda mais (convencer fisiológico / memória motora).

O que está mais grudado? Sua mão ou seus dedos? Dedos? (*yes set!*) Ok, então passe essa cola também para a palma da sua mão e apenas observe que **quanto mais** você se concentra, **mais** grudada sua mão fica.

Isso! Sua mente é muito poderosa! (*recompensa - reforço positivo*) **Em um momento quando** você tiver certeza que sua mão está completamente grudada, você vai **tentar** desgrudá-la **mas** não vai conseguir .

Pode tentar! Talvez já esteja tentando, mas **quanto mais** tenta, **mais** difícil e impossível.

Exemplo (gerar amnésia) :

Olá, tudo bem? Quer ser hipnotizado? Pode se sentar aqui? Isso... (*yes set !*)

Sabe quando você está conversando com um amigo e você quer falar para ele sobre um filme que você viu com aquele ator ... ehh, **sabe quando** você sabe o que é e a palavra está na ponta da língua, **mas** você não consegue se lembrar.

Como se **quanto mais** você **tentasse** **mais** difícil ficasse **porque** a informação se esconde e desaparece.

Como seu nome, ele estava aqui (*finje que está pegando algo na testa da pessoa e joga bem longe*) e sumiu! (*sugestão verbal e não verbal*). Seu nome sumiu **e** mesmo se **tentar**, não consegue! (*reforço com sugestão composta*)

Você não sabe se está esquecendo de se lembrar ou se lembrando de esquecer (**sugestão composta**)

Qual seu nome? Perceba que, **quanto mais tenta, mais** difícil **e** impossível.

Exemplo (anestesia hipnótica) :

Você já foi criança um dia né? Sim? Ótimo! Então você sabe brincar de faz de conta né? (*yes set !*) Então, apenas **faça de conta** que tudo que eu disser para você é absolutamente real, ok? Faça acontecer; apenas se concentre nas sugestões **e** se divirta!

Feche os olhos **e imagine** que suas pálpebras estão completamente coladas. Estou passando uma super cola mais forte que super bonder (*levante suas sobrancelhas - convencer*) **e quando** você **tentar**, por mais força que faça, não vai conseguir **porque** elas já estão completamente grudadas **e** é impossível.

Pode **tentar!** Impossível, né? Ok, ótimo! Perfeito! Continue tentando enquanto eu passo uma anestesia incrivelmente poderosa aqui no seu braço. Ela é muito rápida e então você pode perceber que seu braço **já está** completamente relaxado **e** os músculos desligados.

Como um pedaço de carne morta, veja isso (*levante e deixe cair a mão - Convencer de relaxamento*) **Totalmente anestesiado!** (*tom de voz forte dando um susto - indução rápida*)

Completamente anestesiado, nada pode te incomodar **porque** está completamente anestesiado.

Exemplo (hipnose palco / alucinação positiva) :

Olá, tudo bem? Quer ser hipnotizado? Pode se sentar aqui? Isso... (**yes set !**)

Então, apenas **imagine** que estamos colocando seu pé em um bloco de concreto e agora ele pesa 1 tonelada. **E** mesmo se você **tentar** levantar, você não vai conseguir **porque** é impossível uma pessoa levantar 1 tonelada. (teste de sugestibilidade)

Quanto mais você se concentra, **mais** pesado **e** impossível fica. (loop) Bem legal, né? Agora, veja que interessante. **Quando** eu estalar meus dedos, essa cola vai passar para sua mão. - snap! -

Tem cola na sua mão agora (coloque a mão da pessoa na cabeça) veja como ela fica colada na sua cabeça. Totalmente colada e **já é** impossível movimentar sua mão, **porque quanto mais tenta, mais** grudada ela fica.

Isso, muito bom! **Quando eu** estalar os dedos, a cola vai desgrudar! – **snap!**
Isso legal!

Quer ver uma coisa ainda mais interessante agora?

Fique aqui, junte seus pés, Assim, isso. Olhe para os meus olhos **e** segure minha mão. Isso, perfeito! **Em um momento**, eu vou dizer “**DURMA!**” e você não vai dormir, vai apenas relaxar, fechar os olhos e abaixar a cabeça, beleza? Como se estivesse dormindo.

Olhe nos meus olhos **e DURMA!** (dá um pequeno puxão no braço da pessoa - indução rápida) Profundamente, mais e mais profundo! ... Isso, perfeito. **Em um momento**, eu vou dizer para você abrir os olhos, **mas quando** abrir, vai perceber que eu estou segurando um copo de suco de laranja bem delicioso.

123 - abra os olhos (mostre a pessoa um copo de água, por exemplo. Deixe-a beber e veja sua reação) .

Está delicioso, né? **Mas** veja que, quando eu tocar seu ombro, esse suco vai ficar com um gosto muito azedo ... (continue escalonando as sugestões com o padrão)

Ex:

Agora, quando eu estalar meus dedos, você vai começar a rir como se eu tivesse contado a piada mais engraçada do mundo.

Agora, quando eu estalar meus dedos, você vai se tornar um hipnólogo e vai conseguir hipnotizar qualquer pessoa da plateia.

Agora, quando eu estalar meus dedos, você vai perceber que está em Gotham City e o Batman está aqui do seu lado esquerdo disfarçado de Bruce Wayne.

Dê asas a sua criatividade. Veja os fenômenos hipnóticos que você pode causar:

- Fixação do olhar
- Aderência
- Catalepsia
- Anestesia
- Amnésia (nome e número)
- Âncora (toda vez que x você y)
- Alucinação (delírio, positiva e negativa)

Lembre-se que quanto mais você usar as 9 palavras de encantamento e quanto mais treinar, melhores serão suas habilidades e mais confiante você vai se mostrar durante uma apresentação.

Efeito Placebo (O Poder de Acreditar)

Um **placebo** (do latim *placebo*, que significa "agradarei") é um fármaco, terapia ou procedimento inerte, que apresenta, no entanto, efeitos terapêuticos devido aos efeitos psicológicos da crença do paciente de que ele está a ser tratado.

Os placebos são aplicados para se testar os reais efeitos de medicamentos e terapias. São utilizados em estudos duplamente cegos e consistem no uso de cápsulas desprovidas de substâncias terapêuticas ou contendo produtos reconhecidos como inertes e inócuos, que são administrados a grupos de estudo humanos ou animais (chamados de "população" em investigação científica) para comparar e validar os efeitos desses medicamentos. A análise estatística verificará, posteriormente, se o efeito do medicamento *versus* o placebo é realmente significativo ou não.

O placebo é a maior prova do poder da mente subconsciente sobre o corpo, em que uma pílula mesmo de farinha pode causar a cura de um indivíduo simplesmente porque ele acredita que a pílula tem efeitos reais.

Agora, o mais incrível é que você também pode usar esse poder do placebo como ferramenta para causar fenômenos hipnóticos, mudar estados e até mesmo as crenças de uma pessoa. Basta que você saiba como criar placebos para direcionar os resultados.

O fato é que suas CRENÇAS definem a forma como você percebe o mundo. Como uma lente que na frente dos seus olhos altera a realidade para que ela se encaixe no seu ponto de vista.

Dessa forma, podemos utilizar o poder das crenças que as pessoas já têm para conseguir direcionar certos comportamentos. E existem alguns atalhos que você pode aproveitar.

Resumidamente, existem 3 formas principais de criar crenças:

1. Aproveitar crenças já existentes
2. Usar uma história convincente
 - provas científicas (fatos)
 - provas sociais (outras pessoas acreditam)
 - autoridade (um especialista acredita)
3. Usar causa e efeito
 - convencers fisiológicos (movimentos ideomotores)
 - truques de ilusionismo

Vamos ver alguns exemplos:

1. Se a pessoa já acredita em algo, você pode aproveitar aquela crença para criar outra.

O mentalista Derren Brown, fez uma apresentação de hipnose incrível usando esse conceito. O que ele fez foi convidar uma mulher que acreditava em forças espirituais e fenômenos paranormais. Então, ele pegou um boneco de voodoo e criou uma nova crença na mente dela da seguinte forma:

- Está vendo esse boneco? Ele está sem alma, mas agora, pegando um fio de cabelo seu e colocando-o no boneco, ele terá uma alma, a sua alma.

Após dizer isso, ele começa a amarrar as pernas do boneco e a mulher começa a se sentir presa e sem forças nas pernas... Depois, ele amarra a boca e a mulher não consegue mais falar...

Para assistir essa apresentação, veja esse link:

https://www.youtube.com/results?search_query=derren+brown+voodoo

2. Você também pode utilizar o poder das histórias, provas científicas e provas sociais para convencer a pessoa sobre algum paradigma.

Por exemplo, talvez a pessoa não acredite em hipnose. E você pode mostrar

provas de como a hipnose funciona (científicas) e mostrar outras pessoas sendo hipnotizadas (prova social) para fazê-la acreditar e se dispor a ser hipnotizada...

3. Ou você pode simplesmente enganar o cérebro dela usando truques de ilusionismo ou truques fisiológicos.

Um exemplo disso são as pulseiras de equilíbrio “quântico”, que ficaram famosas alguns anos atrás e todo mundo usava achando que estava melhorando sua saúde e performance atlética mas, na verdade, não passava de um truque.

Na hora de demonstrar a função da pulseira, os vendedores enganavam as pessoas com um truque de equilíbrio, o que fazia com que elas pensassem que a pulseira realmente dava resultados...

Um hipnotista também pode criar placebos facilmente utilizando PSEUDO HIPNOSE, que são truques baseados em movimentos ideomotores e memória muscular para enganar o cérebro da pessoa, fazendo-a acreditar que todas as sugestões do hipnotista sempre acontecem de verdade.

Por exemplo, um truque inicial muito utilizado por hipnotistas é o truque dos dedos magnéticos, que consiste em dizer para a pessoa juntar as mãos fechadas como em uma oração e então levantar os dedos indicadores.

Quando a pessoa faz isso, o hipnotista diz para ela focar a atenção nos dedos e perceber como esses dedos vão começar a se aproximar um do outro como se puxados por uma força magnética muito forte. E o legal é que isso REALMENTE começa a acontecer, o que deixa a pessoa super surpresa com as habilidades do hipnólogo.

Acontece que tudo isso é apenas um truque devido a simples fisiologia da mão humana, pois ao juntar as mãos e separar os dedos, a tendência é que eles se juntem. O hipnotista apenas aproveita esse fato real para enganar o cérebro dizendo que é ele que está CAUSANDO esse efeito com suas sugestões.

Legal, né? Dessa forma, o cérebro da pessoa relaciona as sugestões a causa criando uma dissociação entre o consciente e o subconsciente. O famoso loop hipnótico.

A imaginação altera a fisiologia, que gera a experiência que cria uma crença.

Existem vários mecanismos fisiológicos como esse que você pode usar para criar crenças alteradoras de realidade. Você pode até mesmo usar truques de ilusionismo e mágica para alcançar crenças capazes de gerar fenômenos hipnóticos poderosos, como a alucinação.

Como já dissemos antes, da mesma forma que uma sugestão simples aceita facilita que uma próxima sugestão maior seja aceita... as crenças também podem ser amplificadas em um loop de crenças.

Por exemplo, vamos fazer um experimento científico agora.

Quer participar? Então siga as instruções (peça ajuda para alguém ler as instruções para você):

1. Coloque a sua mão sobre a mesa e pressione-a. Feito? Perfeito!
2. Agora, apenas faça de conta que a sua mão está grudada na mesa porque existe uma cola mágica extremamente forte e poderosa grudando ela mais e mais.
3. Imagine que essa cola mágica é tão poderosa que quanto mais você tentar desgrudar, mais grudadas suas mãos ficam
4. Agora, imagine que você está surpreso porque isso está acontecendo de forma totalmente automática e involuntária. E é impossível tentar
5. Agora, imagine que uma borracha está passando sobre a sua memória recente e você não se lembra mais porque a sua mão está grudada.
6. Tente desgrudar sua mão para ver como é impossível.
7. =D

Viu como funciona? Uma sugestão simples e IMAGINÁRIA de **faz de conta**

pode se tornar uma REALIDADE e causar efeitos fisiológicos de verdade.

Se a sua mão continua grudada, quando eu contar até 3 ela vai desgrudar porque o encantamento vai ser quebrado em 1...2...3

Curtiu?

Um outro fato interessante que acontece é que o cérebro emocional (ou subconsciente) não sabe a diferença entre imaginação e realidade. Então, quando você começa a imaginar algo, aquilo é interpretado como sendo real.

Por exemplo, apenas imagine que existe um pé de limão bem grande na sua frente com folhas verdes e caules fortes. E esse pé está cheio de limões, você pode até sentir o cheiro. Agora, se imagine pegando um desses limões e sinta a sua textura, o seu peso. Imagine que você está dando uma mordida bem forte nesse limão. Sinta o gosto azedo da casca e a acidez na sua boca. Mmmm

Você começou a salivar?

Isso acontece porque o seu corpo reage a imaginação. Da mesma forma quando assistindo um filme que você sabe que é fictício, mas ainda sim você se emociona, sorri e chora com os dramas do personagem.

Sua mente emocional processa experiências imaginárias da mesma forma que processa experiências reais. Seu cérebro não sabe a diferença.

O fato é que seus pensamentos podem afetar todas as funções do seu corpo. A preocupação excessiva, por exemplo, desencadeia mudanças no estômago, que com o tempo pode levar a úlceras.

Pensamentos de raiva estimulam as glândulas adrenais e aumentam a adrenalina na corrente sanguínea, provocando várias mudanças no nosso corpo. Pensamentos como ansiedade e medo acabam afetando sua taxa de pulsação.

Entenda uma coisa, a imaginação afeta a fisiologia do seu corpo. Sabendo disso, vamos agora iniciar seus conhecimentos em estratégias avançadas de persuasão e hipnose conversacional.

Estratégia 1 : Descrever o Processo

Como o cérebro não sabe a diferença entre imaginação e realidade, você pode utilizar esse princípio para causar qualquer estado emocional ou sensação que você desejar que a outra pessoa experimente.

Basta que você descreva exatamente como é aquele estado ou emoção que você quer causar em outra pessoa.

Quer que ela se apaixone? Descreva o que é paixão.

Quer que ela deseje o seu produto? Descreva o que é o desejo por um produto.

Quer que ela se sinta calma? Descreva como é se sentir calmo.

Veja esses exemplos:

1. **Como Gerar Rapport** - Se você quiser que uma pessoa se sinta confortável com a sua presença, você pode dizer algo como:

Olá, tudo bem? Nossa, é incrível como as coisas acontecem. Sabe quando você conhece alguém e você tem aquela sensação como se vocês já se conhecessem há muito tempo? Engraçado, porque olhando para o seu rosto, eu percebi que é muito familiar... Você me lembra muito um amigo meu de infância, alguém com quem eu tinha muita afinidade. Você já sentiu isso antes?

Ou

Sabe quando você tem algo em comum com outra pessoa e elas parecem estar sempre na mesma sintonia e se movem ao mesmo tempo, sorriem ao mesmo tempo, falam a mesma coisa ao mesmo tempo. É engraçado porque quando isso acontece comigo, geralmente, é indicativo de um bom sinal e que podemos ser grandes amigos.

2. Como Fazer Alguém Desejar Algo

Lembra quando você era criança e queria muito ter aquele brinquedo da moda? Todos os seus amigos já estavam se divertindo e brincando e você pedia para seu pai e para a sua mãe para comprar o brinquedo. Sabe como é essa sensação de querer mesmo algo de verdade? E até sonhar com aquilo a noite? De pedir pro Papai Noel e implorar para Deus pra ganhar ? Não sei você, mas eu me senti assim como uma criança na primeira vez que fiz um test drive nesse carro.

3. Como Fazer Alguém Sentir Atração Por Você

Você já percebeu como a nossa atenção sempre se direciona para aquilo que a gente se sente mais atraído? Mesmo tentando disfarçar nossos olhos, nosso corpo e nossas expressões faciais demonstram mesmo que involuntariamente o nosso interesse e o nosso desejo. Por mais que você tente não pensar sobre isso tudo, o que a sua mente faz é criar novas razões para continuar pensando mais e mais... Quando isso acontece comigo, é como se uma força magnética poderosa me atraísse mais e mais ...

4. Como Fazer Alguém Relaxar da Ansiedade

Às vezes, temos muitos pensamentos na cabeça e precisamos de uma válvula de escape para conseguir liberar toda a tensão dos problemas do dia a dia. Quando quero relaxar, apenas paro tudo o que estou fazendo e imagino que eu estou de férias em uma praia bem bonita. Então, apenas começo a respirar profundamente como se estivesse sentindo a brisa do oceano. De uma forma bem lenta e suave. Deixando todos os problemas irem embora a cada expiração até ficar somente uma sensação de paz e a atenção plena no momento presente.

5. Como Colocar Alguém Em Transe

Sabe quando você está pensando em algo e seus olhos param em um

ponto e você fica completamente imerso naquele estado onde não consegue pensar em mais nada que não seja aquilo que está em sua mente. Como se existisse uma lente que desfocasse tudo em volta e você se concentrasse somente no centro...

Nesse momento, você já deve ter notado que descrever estados ou emoções específicas acaba fazendo com que o subconsciente seja obrigado a processar essa experiência emocionalmente.

Alguns autores e abordagens diferenciadas da hipnose, como o método ericksoniano, defendem que essa estratégia pode ter um fator de aceitabilidade ainda maior se você descrever algo que está acontecendo agora (uma verdade universal) e misturar isso com o que pode acontecer (descrição de estado possível).

Espelhar e Conduzir

Exemplo:

Você está agora sentado em uma cadeira lendo este livro (espelhar) e percebe que pode começar a juntar todos os pontos nesse momento e se divertir utilizando essa estratégia no seu dia a dia (conduzir).

Exemplo:

Enquanto você está escutando o som da minha voz, (espelhar) pode ir relaxando e tranquilizando mais e mais.. (conduzir)

Bem legal, não é mesmo? Cada estratégia que você aprende aqui abre as portas para um novo mundo de possibilidades.

Exercícios de treinamento.

Vamos agora exercitar sua mente falando sobre algumas emoções de forma descritiva.

1. Descreva o sentimento de entusiasmo. Quando você está entusiasmado com uma ideia ou um projeto, como você se sente? Descreva de modo que se alguém ler, consiga sentir o mesmo que você.

-
-
-
2. Como você se sente quando está apaixonado(a)? Descreva a experiência do que acontece em seu corpo e mente.

-
3. O que te inspira? Descreva o que é inspiração para você e o que ela te faz sentir.

Observação: Descrever suas emoções, além de treinar suas habilidades descritivas, o ajuda a ter mais autocontrole. A inteligência emocional vem da compreensão das suas emoções e comportamentos.

Estratégia 2 : Evocar Memórias

Ao fazer alguém se lembrar de uma experiência passada, a pessoa precisa voltar a experimentar internamente aquelas emoções e estados.

Exemplo:

1. **Relaxamento -**

Lembra quando fizemos aquela viagem para a praia que foi a família toda. Eu me lembro quando deitamos naquela rede e ficamos ali por horas só observando a paisagem e conversando sobre a vida. Me senti tão relaxado naquele dia... era como se não houvessem problemas ou dificuldades, e estivéssemos ali tranquilos somente curtindo o momento e nos divertindo.

2. **Amnésia**

Cara, sabe quando você quer contar sobre uma cena de um filme que você viu para um amigo?! Você tenta lembrar o nome do ator principal mas, por algum motivo, aquela informação não vem na sua cabeça, como se estivesse na ponta da língua, porém você não consegue encontrar aquela palavra. Já sentiu isso antes? O que a gente estava conversando antes mesmo?

3. **Gerar Nostalgia**

Quando você era criança, o que você mais gostava de fazer? Qual era sua brincadeira favorita com seus amigos? Eu me lembro de como era divertido poder brincar de pega-pega, andar de patins e brincar de esconde-esconde com meus amigos. Me divertia tanto naquela época. Bons tempos que não voltam mais...

Quando você pensa em sua estratégia de comunicação se baseando no objetivo e no resultado emocional que quer causar, percebe como tudo isso na verdade é simples e até instintivo.

O objetivo da comunicação para uma pessoa persuasiva é o resultado.

Exercício.

1. Descreva os melhores momentos que você já teve em família. Qual foi o passeio em família mais divertido que você já teve?

2. Qual foi o melhor livro que você já leu em sua vida? Por que? O que você sentiu ao lê-lo?

Observação: Fazendo você se lembrar de bons momentos, estamos também utilizando o princípio da pré ativação para condicionar o seu cérebro a adorar essa leitura e toda essa experiência de aprendizado. Isso é hipnose conversacional, e cada sugestão serve para amplificar a próxima. =D

Estratégia 3 : Usar Submodalidades

Agora, você já aprendeu como mudar estados mentais e alterar emoções com processos mentais simples. Mas saiba que você pode intensificar ainda mais o seu poder tornando a sua mensagem ainda mais poderosa com palavras sensoriais fortes.

Pense comigo, nossas memórias e experiências são codificadas através dos nossos sentidos (visão, audição, paladar, toque, olfato) e é através deles que percebemos o mundo a nossa volta.

Porém, perceba que cada um desses sentidos possui diferentes submodalidades, por exemplo:

- A visão, o ato de ver, engloba: tamanho (pequeno ou grande), proximidade (longe ou perto), colorido ou preto e branco, com movimento ou sem movimento, 2D ou 3D, rápido ou lento, simétrico ou assimétrico.
- A audição, engloba: volume (alto ou baixo), ritmo, sincronia, tempo...
- O toque pode ser extenso, curto, rápido, duradouro, forte, fraco...
- O olfato pode ser cheiroso, fedido ...
- O paladar pode ser gostoso, ruim, doce, azedo, amargo...

Quando vivemos uma experiência, nossos sentidos são estimulados de formas específicas e quando MODIFICAMOS essa percepção sensorial, nós podemos literalmente mudar a forma como você interpreta a mesma experiência.

Por exemplo, uma festa cheia de luzes, agitada e com boa música pode ser bem divertida. Agora, uma festa com a luz apagada, sem ninguém e com música ruim pode ser bem depressiva...

Essa mudança do paradigma de observação pode ser utilizada em sua comunicação para dar mais vivacidade a qualquer experiência ou mesmo

mudar a forma como alguém percebe algo.

Exemplo. Terapia de fobia

Você tem medo de uma aranha grande, preta e peluda. Imagine agora que existe um editor de imagem no seu cérebro e você pode transformá-la como quiser. Vamos diminuir o tamanho dela, mudar a cor dela para rosinha e colocar-lhe um sorriso naquela carinha feia. Agora, vamos colocar uns patins nela. Imagine como seria uma pequena aranha rosa tentando andar de patins... rs A coitada mal consegue parar em pé com tantas pernas. Ela parece bem menos assustadora agora, não é mesmo?

Exemplo. Gerar Amnésia

Eu quero que você pense no seu nome e apenas aponte com o dedo onde essa informação está guardada em sua cabeça. Agora, imagine que eu posso pegar essa informação e jogá-la bem longe para fora da Terra, para fora do Sistema Solar, o mais longe que conseguir. Tão longe que é impossível encontrar. Quando eu perguntar seu nome, você não vai lembrar, porque ele se foi. Qual seu nome?

Exemplo 2: Gerar Amnésia

Imagine um quadro branco na sua frente. Agora, escreva o seu nome no quadro com suas mãos. Letra por letra, escreva seu nome completo. E agora, pegue um pano bem molhado e imagine que você está passando sobre esse quadro. Veja as letras se dissolverem por completo até desaparecer completamente. Quando eu perguntar seu nome você não vai lembrar porque ele se foi. Qual seu nome?

Exemplo. Remover dores de cabeça ou outras dores

Se você pudesse dar uma forma para essa dor de cabeça, qual seria? Um círculo? Ótimo! Então, imagine esse círculo e esse círculo tem uma cor, que

cor é ? Vermelho? Tudo bem. Esse é um círculo vermelho grande ou pequeno? Grande? Ok! Agora, apenas imagine que esse círculo está aqui na sua frente e, junto com ele, está essa sensação. Imagine que, como um holograma, esse círculo vermelho vai girando, girando e se transformando em uma bola laranja. Essa bola laranja vai diminuindo e mudando de cor para uma bola de gude azul. E você consegue transformar ainda mais essa energia em um grão de areia transparente. E agora você coloca esse grão de areia transparente no lugar. (distraia a pessoa agora) Quantos dedos tem aqui? 5? ok (pergunte sobre a dor) E a dor que você tinha, sumiu?

Exemplo. Liberar Ansiedade

Imagine que existe um marcador vertical de 0 até 10, sendo que 10 é o estado de maior ansiedade que você já sentiu e 0 um estado completamente sem ansiedade. Qual seu nível de ansiedade agora? Então, observe o que acontece se diminuirmos para ...3 ...2...1

Você está percebendo o poder que tem em mãos com essa estratégia? Quando você aprende como MODIFICAR os estímulos sensoriais de uma experiência, você aprende como CONTROLAR a resposta emocional relacionada.

Essa técnica é tão poderosa que é utilizada como ferramenta terapêutica na cura de problemas psicológicos, como medos, fobias, crise de ansiedade, pânico, depressão, estresse... Basta que você altere as referências sensoriais que existe na memória da pessoa.

Você pode literalmente ampliar o poder das outras estratégias já citadas usando as submodalidades sensoriais para tornar sua mensagem muito mais impactante emocionalmente.

Por exemplo:

Imagine que você está em uma praia e relaxe.

ou

Imagine que você está em uma praia e pode relaxar sentindo a areia fina sobre seus pés, o som das ondas quebrando na praia, a brisa suave e refrescante sobre o seu rosto e os raios de sol esquentando a sua pele, enquanto contempla a imensidão e beleza de todo o mar azul.

Perceba como essa 2º mensagem é muito mais poderosa do que se eu simplesmente dissesse algo simples sem toda a descrição sensorial e as submodalidades. Por isso, se você realmente quiser que a pessoa tenha uma experiência emocional impactante, lembre-se sempre de recheiar a sua mensagem com diferentes submodalidades sensoriais.

Exercício.

1. Descreva um lugar que você já foi nas férias com o máximo de detalhes sensoriais possível. Faça quem ler isso se sentir como se realmente estivesse lá com você.

Estratégia 4 : Usar Amplificadores

Anteriormente, no capítulo sobre experimentos científicos, quando explicamos sobre o experimento da pré ativação ou priming, mostramos como a memória humana associa ideias subsequentes.

Por exemplo, se você for exposto agora a uma piada muito engraçada que te faça rir muito e, logo depois, te perguntarem o que você acha da vida, você terá uma resposta positiva.

Agora, se você for exposto a uma tragédia sem sentido que te faça ficar triste e te perguntarem o que você acha da vida, provavelmente você terá uma resposta bem diferente...

A pré ativação está presente em todos os pontos da experiência humana. Em um dos experimentos, cientistas colocaram as pessoas para fazerem um test drive em um carro, no mesmo carro.

Só que para um grupo colocaram uma capa grossa e dura no volante. E para o outro grupo, substituíram essa capa de volante por uma bem macia e cheirosa.

Depois de fazerem o test drive do carro, os pesquisadores perguntavam o que a pessoa tinha achado daquele carro. E, incrivelmente, as pessoas que ficaram com o volante mais duro achavam o carro pior para dirigir, enquanto o outro grupo achava o carro macio e de boa dirigibilidade.

Incrível, não é mesmo? O carro era o mesmo, só mudaram o volante.

Agora, o mais fantástico é que você pode utilizar esse mesmo efeito em sua comunicação usando adjetivos e advérbios que vão intensificar características específicas.

Exemplo de adjetivos poderosos: extraordinário, incrível, fantástico,

responsável, sábio, sincero, honesto, adorável, autêntico, poderoso, forte, firme, seguro, valente, destemido, confiante, enorme, atraente, fácil, rápido ...

Exemplo de advérbios intensificadores: realmente, profundamente, completamente, totalmente, intensamente, claramente, verdadeiramente...

Usar essas palavras em sua comunicação vai tornar suas histórias muito mais divertidas e estimulantes. E mais, isso não só vai intensificar a experiência emocional, como também vai criar uma pré ativação de certas características importantes.

Ex.

O livro está sobre a mesa.

O **melhor** livro do mundo está sobre essa **incrível** mesa.

Veja como podemos usar intensificadores simples para gradualmente tornar nossa comunicação mais atraente e sedutora.

Ele é legal.

Ele é muito legal.

Ele é fantástico.

Ele é extraordinariamente incrível.

Quanto mais você utiliza essas palavras em sua comunicação, mais intensas são as experiências emocionais e impressões que você vai causar na mente subconsciente da outra pessoa.

E, graças ao efeito da pré ativação, essas impressões positivas vão interferir em qualquer julgamento ou análise subsequente.

Legal? Muito legal ou incrível? =D

Exercício.

1. Descreva o seu melhor amigo(a) de forma positiva, intensificando suas características positivas com muitos adjetivos e advérbios

-
2. Descreva uma lembrança de um dia em que você se sentiu muito confiante. O que aconteceu naquele dia? Como você se sentia? Intensifique essa memória com muitas submodalidades, adjetivos e advérbios.
-
-
-

Estratégia 5 : Dor / Prazer

Essa é, com certeza, uma das estratégias mais poderosas que existem na hora de influenciar decisões e comportamentos. Isso porque o cérebro humano foi desenvolvido basicamente para uma única função principal: SOBREVIVER.

E para garantir a sobrevivência do indivíduo, uma das forças mais poderosas do universo entra em ação: o instinto. O instinto está presente em todos os animais e funciona em base a 2 forças motivadoras primordiais:

Fugir da Dor ou Buscar Prazer

Essas 2 forças são a base de motivação para todo e qualquer comportamento. Independente de qual a justificativa você cria, a verdade é que toda DECISÃO que você toma tem um cunho emocional baseado na sobrevivência.

Ou você está fugindo da dor ou você está buscando prazer.

Por exemplo, você está lendo esse livro ou porque quer fugir da dor de ter suas ideias rejeitadas pelas outras pessoas ou porque quer o prazer de ter mais poder pessoal e habilidades sociais.

No fundo, tudo se trata de sobrevivência para o cérebro. Por mais complexas que sejam nossas emoções, tudo começa com a dor e com o prazer.

Você pode utilizar essa tendência natural para direcionar sua comunicação através da hipnose conversacional e potencializar suas chances de atingir um determinado objetivo.

Exemplos.

- Leia esse livro até o final e aprenda a arte da sedução (prazer), ou continue sendo rejeitado pelas mulheres (dor)...
- Você quer ir para a festa conosco se divertir (prazer) ou prefere ficar aí esquentando o sofá assistindo Faustão (dor)?
- Passe um dia incrível em nosso parque de diversões (prazer) e deixe todos os problemas lá longe (dor).

Claro que sempre que você compara uma opção com a outra, o seu cérebro vai tender INSTINTIVAMENTE a escolher o caminho mais prazeroso, evitando a dor.

A dor é uma força muito poderosa, pois transmite a ideia de RISCO, o que ativa os seus instintos mais profundos. Se quiser chamar a atenção de alguém, use palavras que demonstrem risco:

Socorro! Fogo! Atenção! Cuidado! Exposto! Urgente! Pare! Exposto! Revelado! Violência! Morte! Brutal! Assassinato! Acidente ...

Se você olhar qualquer manchete de jornal ou mesmo campanhas de marketing, vai perceber como eles adoram utilizar o medo e o risco como ferramenta para CAPTURAR a atenção do leitor.

Exemplos.

- Sua família está em risco. Conheça o Produto X e deixe sua casa segura.
- Pare de perder dinheiro (dor). Conheça nossas soluções (prazer) de investimento.

Aposto que, nesse momento, você já consegue pensar em como poderia aplicar esse padrão em diferentes situações, seja nos relacionamentos ou mesmo no profissional e financeiro.

Pare de perder tempo (dor) e comece agora mesmo a desfrutar o poder da hipnose conversacional no seu dia a dia (prazer).

Exercício:

1. Escreva 3 frases utilizando o princípio do contraste entre dor e prazer para condicionar seu cérebro a usar mais esse padrão de linguagem.
-
-

Estratégia 6 : Tom de Voz

Acontece que, no processo de comunicação humano, nem toda a informação é transmitida de forma verbal (através do uso de palavras). A sua postura, gestos e entonação de voz também transmitem mensagens importantes para o interlocutor.

O cérebro emocional se baseia na congruência entre o que você diz e o que você mostra para ver se você está falando a verdade ou não. Se deve confiar em você ou não....

A isso, damos o nome de comunicação não verbal. E agora eu vou te mostrar um truque altamente extraordinário para tornar a sua voz um poderoso instrumento de persuasão.

Como desenvolver uma voz poderosa?

- Voz nasal (fanhosa)
- Voz que vem da garganta (respiração rápida)
- Voz diafragmática (respiração profunda)

Se você quer aumentar seu poder de influência, tudo o que você precisa fazer é aumentar sua entonação de voz, soltando o ar com mais força.

Com a correria do cotidiano, é normal as pessoas começarem a adotar uma respiração muito rápida e, então, o ar não flui com toda a sua força por entre as cordas vocais. O que resulta em uma voz fraca e arranhada.

E essa simples mudança pode dar muito mais PODER a sua voz.

É como aquele ditado que diz, muitas vezes: *“como você diz é muito mais importante do que o que é dito propriamente”*.

Isso porque o subconsciente precisa de contexto para saber se a mensagem

transmitida é congruente, e as principais impressões que o subconsciente precisa estão na sua postura, gestos e entonação de voz.

Se a sua voz não transmite confiança no que está dizendo, não importa o que você diga, as pessoas não vão acreditar.

Faça um teste simples.

1. Jogue a sua voz para o nariz, veja como sai um som fanhoso
2. Agora, respire rápido e tente falar. Veja como a voz vem da garganta e sai arranhada
3. Agora, respire fundo e solte todo o ar dos seus pulmões enquanto fala.

Veja como a sua voz sai muito mais ressonante e muito mais poderosa com essa técnica super fácil. E agora você também pode aplicar esse segredo prático na sua comunicação diária.

E se esse truque prático de persuasão já não fosse demais, você ainda pode utilizar a sua voz como ferramenta para induzir efeitos emocionais específicos.

Veja a estratégia a seguir:

Como Tornar Sua Voz Mais Persuasiva?

Existem 4 formas principais de usar sua voz para aumentar seu poder de comunicação instantaneamente. A forma como você diz intensifica certas características emocionais sobre o seu discurso.

Por exemplo, se você fala algo mais alto, vai chamar mais a atenção. Não digo que você precisa gritar, apenas dar mais ênfase naquilo que for mais emocionalmente impactante.

Da mesma forma, suas emoções devem corresponder a mensagem que está sendo transmitida. Você não vai querer rir enquanto conta algo triste (isso seria dissonante e iria parecer uma mentira ou ironia).

Veja agora as 4 formas principais como você pode usar sua voz:

- .. **ênfase** = grave essa informação
-).. falar devagar / alongamento = gerar efeito dramático
-).. *falar rápido* = mostrar entusiasmo e aumentar a persuasão
- |.. cada palavra tem sua **emoção** = ex. convicção, entusiasmo, raiva, medo

Exemplo:

Preste bastante **atenção** ao que eu vou dizer agora porque eu tenho *um segredo para te contar*... Se você realmente quer aumentar seu poder de comunicação, precisa se livrar dessa voz **fraca e arranhada** e começar a praticar imediatamente uma respiração mais lenta e profunda. Lenta e profunda... Quanto mais profunda sua respiração, mais o ar flui por entre as cordas vocais e mais ressonante e prazeroso de ouvir fica o som da sua voz.

Feche os olhos e **imagine** que você está em uma praia... Deitado na areia sob a sombra de uma palmeira por onde escapam alguns **raios de luz e calor** até a sua pele. Enquanto isso, você sente a brisa **refrescante** passando em seu rosto e o som das ondas quebrando vai te relaxando mais e mais... E existe essa atmosfera de tranquilidade, calma e **prosperidade** que parece envolver todo o ambiente agora.

Leia esses textos usando sua emoção e velocidade de fala para treinar sua voz e perceber como essa estratégia é poderosa. A forma como você diz, muitas vezes, representa muito mais emocionalmente do aquilo que realmente foi dito verbalmente.

Exercício:

1. Marque essa página e retorne aos exercícios anteriores que você já fez. Dessa vez, marque o texto com negritos e sublinhados e leia usando ENTONAÇÕES diferentes. Veja como a mensagem altera o significado de acordo com a sua entonação.
 2. Se você fosse explicar para outra pessoa, como explicaria o poder da voz? Escreva um pequeno texto sobre como a entonação de voz é importante para o significado emocional de uma mensagem.
-

Estratégia 7: Gatilhos Mentais

Os gatilhos mentais são os blocos fundamentais para a criação de histórias hipnóticas. Utilize esses gatilhos em sua comunicação para amplificar seu poder de convencimento.

1. Autoridade

Referência científica: “Experimento Milgram”

https://pt.wikipedia.org/wiki/Experimento_Milgram

Por que funciona? Nós fomos condicionados durante toda a vida a obedecermos e acreditarmos nas pessoas em posição de autoridade maior do que a nossa. Em casa, você obedece aos pais; na escola, obedece ao professor; no hospital, acredita no médico...

Como aplicar? Se você quer aumentar seu poder de persuasão usando o gatilho mental da autoridade, você precisa se apresentar como um especialista no assunto que vai falar.

- Mostre seus certificados, diplomas...
- Fale sobre sua experiência
- Use roupas e postura adequadas
- Cite resultados de sucesso que você alcançou

2. Fracasso/Sucesso

Referência: “Jornada Do Herói” <https://pt.wikipedia.org/wiki/Monomito>

Você já percebeu que toda pessoa de sucesso tem uma grande história de superação? O fato é que as pessoas se identificam com histórias de superação. Antes e depois. Do fracasso para o sucesso.

Prova disso são as histórias de heróis dos filmes e quadrinhos que encantam multidões...o herói sempre tem que enfrentar inúmeros obstáculos e superá-los para alcançar o tesouro e ser reconhecido como herói.

Como aplicar?

Em vendas, mostre na apresentação do produto um pouco da sua história e como você conseguiu solucionar um problema comum que muitos têm naquele nicho e como a solução mudou a sua vida.

Mostre:

- Como era o antes e o depois dessa solução?
- Como você se tornou uma autoridade no assunto?
- Quais decisões importantes você teve que tomar?

3. Histórias

Por que funciona? Histórias despertam nossa imaginação e nos transportam por outros mundos, aventuras e aprendizados.

Somos condicionados desde crianças a prestarmos atenção às histórias. Elas nos ajudam a compreendermos melhor o mundo e criamos significados e referências.

Além disso, todas as histórias são naturalmente hipnóticas. Isso porque como é somente uma história, nossa mente crítica não julga ou analisa como verdadeiro ou falso e, com isso, os comandos embutidos na história afetam diretamente o cérebro emocional (subconsciente)..

É por isso que choramos ao ver uma novela ou filme, mesmo sabendo que é uma história de mentira. Porque histórias afetam nosso cérebro emocional.

Como aplicar? Uma boa história é a melhor forma de encapsular todos os gatilhos mentais que está aprendendo aqui. Ao final desse livro, você estará apto a contar histórias hipnóticas para alcançar o objetivo que desejar.

4.Prova Científica

Referência científica: dados, fatos e pesquisas comprovadas.

Por que funciona? Provas científicas são como um tipo de AUTORIDADE emprestada de outros especialistas. Vivemos em uma era de grandes avanços tecnológicos e as pessoas acreditam na ciência. Portanto, se puder comprovar o que está dizendo, sua CREDIBILIDADE aumentará drasticamente.

Como aplicar? Use dados, fatos e pesquisas comprovadas para basear suas teorias. Mostre PROVAS.

- Pode citar um livro
- Pode citar uma lei física
- Pode citar uma prova empírica
- Pode citar um estudo de caso
- Pode mostrar resultados (Como diz o ditado popular: “números não mentem!” Se eu falo que ganhei um milhão de reais, tenho que te mostrar um milhão na conta como prova se quiser que você acredite mesmo em mim.)

5. Reciprocidade

Referência – Livro: “As Armas Da Persuasão” de Robert B. Cialdini (Ph.D.)
<https://pt.wikipedia.org/wiki/Reciprocidade>

Por que funciona? Psicologia social. Ofereça algo e a pessoa lhe devolverá o favor no futuro. Faz parte da nossa cultura, não queremos receber desaprovação social; as pessoas se sentem mal em não retribuir um favor.

Como fazer? Dê algo de valor para a pessoa antes de qualquer coisa, como um brinde grátis, ou conte um segredo pessoal ou uma dica valiosa ou deixe ela experimentar gratuitamente antes em processos de vendas.

Mostre qual a melhor opção para ela. Eduque o seu cliente gratuitamente e o ajude a encontrar aquilo que ele está procurando. Ele vai retornar o favor comprando seus produtos e serviços.

6. Surpresa Inesperada

Por que funciona? As pessoas adoram ganhar mais do que o prometido e ficam muito gratas pelo presente surpresa. Você não gostaria de ganhar um presente que não estava esperando?

Como aplicar? Entregue sempre mais do que o prometido.
Se oferecer **X** entregue **X + Y**.

Muitos chamam essa técnica de over delivering. Dê sempre mais do que o prometido e seus clientes irão te amar por isso.

No final desse livro, você verá a surpresa especial que eu reservei para você. Mas não pule etapas agora, continue lendo atenciosamente.

7. Consistência

Por que funciona? Quando as pessoas veem você repetindo um comportamento positivo várias e várias vezes, isso te torna previsível e mais confiável. É um sinal de dedicação e responsabilidade quando você está sempre ali fazendo o seu melhor de forma comprometida.

Ex. Canais no YouTube com vídeos constantes têm engajamento com o público centenas de vezes mais forte do que canais com vídeos esporádicos e sem frequência definida...

Fonte. <https://www.youtube.com/yt/creators/pt-BR/?noapp=1>

Como aplicar?

Em vendas, crie rotinas de comunicação com o seu cliente para manter sua marca na mente dele. Você pode fazer isso de várias formas, como:

- enviando mensagens constantes
(email marketing, sms ou até cartas)
- participando e interagindo em fóruns e comunidades ativamente;
- gravando vídeos, podcast (áudio) ou até posts no seu blog
semanalmente...

8. Compromisso e Coerência

Referência científica: Efeito Bystander

<http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED076923.pdf>

Por que funciona? Após tomar uma decisão as pessoas tendem a manter sua posição para transmitir coerência entre suas palavras e atitudes mesmo que, para isso, tenham que tomar atitudes mais radicais ou arriscadas. É comum criarem novas justificativas para sustentar compromissos já assumidos.

Em um estudo realizado sobre o efeito bystander e furtos, pesquisadores estendem uma toalha com seus pertences ao lado de outra pessoa na praia, e então, o pesquisador disfarçado escuta música e sai para dar uma caminhada. Enquanto ele sai, outro pesquisador disfarçado vem furtar os pertences dele. Na maioria dos casos, a pessoa que estava próxima não faz nada para impedir.

Agora, o mesmo experimento com uma simples mudança. Dessa vez, o primeiro pesquisador pede antes de sair para que a pessoa vigie seus pertences, afinal, não custa nada. E, então, a maioria das pessoas reage e até mesmo chega a segurar o suposto ladrão.

Como aplicar? Faça as pessoas assumirem um compromisso com você para obrigá-las a realizar aquilo que devem fazer. Seja assinando um papel de presença, ou seja fazendo um compromisso público.

9.Segurança

Por que funciona? Segurança é um dos gatilhos mentais mais importantes que existem. Todos querem se sentir seguros, está ligado ao instinto de sobrevivência.

Ninguém gosta de ser enganado ou passado para trás, isso é um risco que deve ser evitado.

- Você não quer comprar um produto e descobrir depois que ele não serve para você e, pior, que você não poderá reaver seu investimento.
- você não quer sair com alguém que você não confia
- você não quer fazer algo que possa arriscar sua vida

Como utilizar? Mostre de que forma a pessoa estará segura se aceitar sua sugestão ou oferta. No caso de uma negociação, ofereça garantias e resultados para dar mais confiança e ajudá-la na decisão.

10. Conforto Físico

A sensação de segurança aumenta quando estamos completamente relaxados e confortáveis. Crie um ambiente favorável, sem distrações e barulhos, para permitir às pessoas se sentirem seguras e as faça se sentirem bem por estarem lá.

11. Razões Lógicas e Emocionais

Referência - Livro Influence - Robert B. Cialdini (Ph.D.)

Por que funciona? Sempre que você justifica algo com uma RAZÃO, as pessoas se tornam mais susceptíveis a aceitar seu pedido.

Como aplicar? Mostre uma lista de razões pelas quais a pessoa deveria fazer aquilo que você está sugerindo. Quais são os benefícios imediatos que ela vai ter por fazer aquilo que você quer?

Exemplo:

Vou te mostrar agora 7 razões para ter esse livro em sua cabeceira da cama:

1. Aprenda como hipnotizar qualquer pessoa rapidamente
2. Amplie seu círculo de influência
3. Aumente suas chances de conseguir suas metas
4. Seja mais assertivo e aprenda a dizer Não
5. Fuja de problemas de relacionamentos por falta de comunicação
6. Ajude outras pessoas fazendo terapias enquanto conversa com elas
7. Motive equipes e alcance grandes conquistas profissionais

Viu como é fácil? Você pode mostrar razões para as pessoas justificarem seu comportamento e fazerem a decisão mais rapidamente.

12. Problema- Solução

Por que funciona? As pessoas estão sempre procurando uma solução para os seus problemas. Quando você mostra que pode resolver esse problema com um produto ou serviço, você torna esse produto valioso na percepção delas.

Como fazer?

Identifique quais são as dores e frustrações do seu público alvo.

Qual é o maior problema que eles encontram nesse nicho?

O que eles PRECISAM para resolver seu problema?

Apresente seu produto ou projeto como SOLUCIONADOR do problema que eles têm e eles irão adorar comprar de você.

Exemplo.

Quer vender um massageador portátil?

Fale sobre como eliminam dores nas costas

Quer vender um livro?

Fale sobre como ele te ajuda a resolver algo.

13. Expectativa - Antecipação

Referência científica: Efeito Zeigarnik

https://en.wikipedia.org/wiki/Bluma_Zeigarnik

Por que funciona? O nosso cérebro é instintivamente programado a se lembrar mais das tarefas incompletas do que das tarefas que já foram completadas. Por isso, sempre que você deixa uma coisa inacabada, seu cérebro ficará te lembrando para que você possa fechar a LACUNA que foi aberta.

Quantas vezes você já não viu aquele trailer super legal e ficou super ansioso apenas esperando o dia da estreia para poder assistir? Ou aquela série maneira que parou na melhor parte e você quer muito ver o próximo episódio.

A indústria cinematográfica de Hollywood movimenta bilhões de dólares utilizando o gatilho da expectativa para deixar os fans enlouquecidos.

Como aplicar? Use a expectativa para brincar com a curiosidade das pessoas e deixá-las esperando por mais informações.

Quer aprender como deixar as pessoas curiosas? Então fique atento ao segredo que eu vou te revelar em breve... logo logo, em instantes, em um momento...

14. Repetição

Por que funciona? Nosso cérebro apaga informações irrelevantes o tempo todo de nossa mente para que não fique sobrecarregado. Por isso, muitas vezes a única forma de lembrar de alguma informação é repetindo-a, várias e várias vezes... para garantir que ela seja gravada na memória de longo prazo.

Quando disser algo importante, repita isso algumas vezes em sua comunicação para ter certeza que a pessoa vai capturar e absorver a mensagem.

15.Submodalidades Sensoriais e Sinestesia

Referência: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Sinestesia>

Por que funciona? É mais fácil para o cérebro se lembrar de imagens sensorialmente fortes e impactantes como coisas surreais.

Por exemplo, caso você veja uma vaca roxa gigante cantando e andando na rua, dificilmente se esquecerá disso, porque é uma coisa tão chamativa e diferente que seu cérebro grava a imagem desse acontecimento com facilidade.

Esse princípio é muito utilizado em cursos de memorização; quanto mais sensações você relaciona com uma informação, mais fácil lembrá-la posteriormente.

Como aplicar? Adicione na sua história eventos e acontecimentos com descrições sensoriais fortes. Use a teoria da vaca roxa para fazer o seu cliente se lembrar da sua história impactante, vivida e diferenciada.

Cause uma impressão forte.

16.Afinidade

Referência – Livro: “As Armas Da Persuasão” de Robert B. Cialdini (Ph.D.)

Por que funciona? Dizemos sim a pessoas que gostamos ou a quem nos identificamos ou associamos a coisas boas. As pessoas gostam de comprar de quem elas gostam e confiam. Você não vai colocar o seu dinheiro nas mãos de quem não confia.

Como aplicar? Mostre que você é como eles. Diga suas falhas e frustrações (todos os heróis tem sua kryptonita, não tenha vergonha de mostrar a sua e como você superou isso). Isso gera conexão e identificação.

Conheça o seu público alvo, saiba o que eles procuram e a linguagem que se comunicam. Encontre comunidades, fóruns e grupos onde se congregam e descubra suas necessidades, frustrações e aspirações.

Quanto mais você conhecer o seu mercado (nicho), melhor será a comunicação com o seu cliente, o que multiplicará seus lucros. Da mesma forma, se quiser persuadir alguém, procure saber mais informações sobre ela antes.

17. Liberdade

Ninguém gosta de se sentir preso, limitado ou sem poder fazer nada. Faz parte do espírito humano lutar pela liberdade.

Ex.

Tim sem fronteiras.

Abra sua mente.

Desperte o gigante interior.

Saia da matrix.

18. Contraste

Sempre que uma coisa boa é colocada em comparação com uma coisa ruim, ela se torna ainda melhor na percepção de quem está observando.

Nosso cérebro evoluiu durante milhares de anos para identificar padrões de semelhanças e diferenças, e você pode utilizar esse princípio para enfatizar aquilo que você quer que ele faça enquanto desvaloriza aquilo que não quer que ele faça.

Como Aplicar? Para utilizar esse princípio, faça comparações entre dor e prazer, passado e futuro, antes e depois, bom e ruim, fracasso e sucesso...

19. Prova Social

Referência: Experimento Conformidade Social (Solomon Asch)

Baseamos nossas opiniões e decisões no que outras pessoas estão fazendo. Se existem muitas pessoas com uma opinião, você tende a concordar com elas enquanto está com o grupo para evitar a rejeição.

Ex.

Se tiver algumas pessoas olhando para cima na rua, você curioso certamente vai olhar também, não é mesmo? Espelhando o comportamento.

Entre um restaurante lotado e um ao lado vazio, você vai sentir que o lotado é o que tem melhor serviço e qualidade.

Como aplicar? Geralmente nos baseamos nos depoimentos e classificações para verificar a qualidade. Use depoimentos de clientes elogiando o seu produto ou ainda mostrando resultados que obtiveram com seu curso ou treinamento.

Ter outras pessoas te elogiando na hora de te apresentar também aumenta o seu valor percebido.

20. Interatividade

Somos criaturas sociais, gostamos de interagir com outras pessoas e adoramos quando nossas opiniões são valorizadas.

Uma comunidade de pessoas interessadas no mesmo assunto vale ouro. O boca a boca pode se espalhar rapidamente e os valores que a sua empresa representa podem se tornar o seu maior ativo.

Como aplicar? Deixe que as pessoas interajam com sua marca ou produto, deixe que façam perguntas e deixe que compartilhem suas opiniões e depoimentos. Isso cria uma comunidade em torno da sua marca.

Tenha centrais de comunicação direta com seus clientes, seja por e-mail, Facebook ou telefone. Enfim, deixe que o seu cliente seja bem atendido e fique satisfeito para que ele tenha a chance de compartilhar o feedback que teve com o seu produto ou serviço com outras pessoas.

Esse é o melhor marketing que você pode esperar para o seu negócio. Uma comunidade de evangelistas.

21. Comunidade

Você já viu o poder que um grupo tem de influenciar a decisão das pessoas. Isso foi comprovado através do experimento da conformidade social de Asch.

As pessoas se sentem acolhidas em meio a comunidades e grupos. Um grupo de pessoas interessadas em um mesmo assunto é um ativo extremamente valioso hoje em dia.

Como aplicar? Crie uma comunidade para os clientes poderem se reunir e trocar informações a respeito do seu produto.

Você pode se surpreender com os feedbacks e a disposição dos clientes em contribuir com o seu produto.

22. Medo de Perder

Somos criaturas emocionais e nos apegamos facilmente a outras pessoas e objetos. Instintivamente, sabemos que é muito dolorosa a emoção de perder algo.

Como aplicar? Diga que a pessoa perderá essa oportunidade porque é uma chance única. Deixe claro em sua apresentação que ela irá passar por uma sensação ruim de perda se não fizer aquela decisão.

Ex.

Não perca essa oportunidade!

Vai perder essa chance?

Você pode se sentir mal se perder essa chance agora.

Depois não diga que eu não avisei.

Não adianta me pedir depois.

23. Senso de Propriedade

Desde crianças, nós já crescemos com o senso de propriedade, o que é meu, o que é seu. E essa sensação de ser dono de alguma coisa pode ser explorada para intensificar o desejo de compra do seu produto.

Como aplicar? Faça a pessoa se sentir como proprietária.

Exemplos.

Você vai receber o seu kit em mãos.

Faça o teste drive e imagine esse carro em sua garagem.

Imagine a sensação de poder abrir o livro e passar as páginas deitado em seu sofá.

24.Urgência

Quando temos pouco tempo para tomar uma decisão, existe uma tendência que tomemos uma decisão por impulso e não pensemos racionalmente.

Isso é fundamental no processo de venda, pois você não quer que o seu cliente procrastine ou atrase na decisão de comprar, pois se ele fizer isso, o interesse irá diminuir e ele poderá não comprar mais ou comprará em outro lugar.

Você precisa fazê-lo comprar agora. Como aplicar? Última Chamada! Corra! Vagas Limitadas! Últimas Unidades! Você tem que agir rápido, não existe muito tempo. Essa pode ser sua última chance...

Crie uma urgência para que ele faça o pedido. Você pode fortalecer ainda mais esse gatilho, juntando ele com o próximo que iremos falar: a escassez.

25. Escassez

Quanto mais raro é alguma coisa, mais valiosa ela se torna. Basta pensar em metais preciosos ou raridades. Pense em quanto valeria depois de dias de sede, “a última Coca Cola do deserto”.

Como aplicar?

Você precisa criar a sensação de que o seu produto é raro ou escasso. Você pode fazer isso de várias formas diferentes

Últimas vagas! Últimas unidades! Crie uma limitação da quantidade.

Se for um curso, por exemplo, você pode abri-lo somente algumas vezes ao ano (tenho um curso de persuasão e pnl chamado [Softwares Mentais.com](https://softwaresmentais.com) onde aplico essa técnica, e os resultados são incríveis. As pessoas ficam loucas esperando que abram novas vagas).

26. Exclusividade

Participar de um grupo seleto faz com que você se sinta valorizado.

É por isso que em grandes festas, eventos e boates sempre existe o espaço vip. Um lugar onde as pessoas pagam mais caro para estar por um melhor serviço ou para demonstrar status social.

Como aplicar? Criar um conteúdo especial mesmo que mais caro para os seus melhores clientes. Isso pode aumentar o valor percebido da sua marca ou produto.

Ofereça em sua oferta um tratamento diferencial para quem quiser uma consultoria mais individual ou um serviço diferenciado. Mostre que existe essa opção, e isso aumentará o valor referencial mesmo com as pessoas que não adquiriram aquela opção.

Ser Bem Tratado - Luxo

O gatilho da exclusividade pode ter o seu poder amplificado com um tratamento luxuoso e de alto nível.

27. Auto Conhecimento

Desenvolvimento pessoal e auto ajuda são nichos que sempre vendem bem por se tratarem de problemas que muitas pessoas têm e estão dispostas a fazer qualquer coisa para resolvê-los.

Pessoas inteligentes valorizam informação que pode ajudá-las a viver melhor sua vida. Ou que ajudem a se tornarem uma versão melhor de si mesmas.

Como aplicar? Mostre a transformação que o seu produto ou serviço pode promover para o seu cliente.

Exemplo.

Você comprou esse livro porque ele te dá a possibilidade de transformar sua vida aumentando seu poder pessoal.

Era isso o que você estava procurando não é mesmo, transformação? Todo mundo está procurando algum tipo de transformação em sua vida, seja nos relacionamentos, seja no emocional ou financeiro.

Nesse momento, você já deve ter percebido como os gatilhos mentais são poderosos e, para que você consiga usar todos eles em uma apresentação, basta criar uma história utilizando-os em uma sequência emocional.

Por exemplo, vou te mostrar como eu poderia facilmente criar uma apresentação de vendas para esse livro usando os gatilhos a seguir:

1. Expectativa
2. Reciprocidade
3. Autoridade
4. Minha história fracasso / sucesso
5. Problema / Solução
6. Prova Social (antes e depois)
7. Razões Emocionais

8. Escassez

9. Urgência

Veja como funciona:

O objetivo dessa demonstração será gerar desejo na compra do livro.

1. Expectativa

Você gostaria de aprender como hipnotizar as pessoas mesmo em uma conversa normal para conseguir que elas façam o que você quiser sem precisar dizer-lhes o comando Durma! ?

Então, preste bastante atenção nesta apresentação e, em breve, você descobrirá como isso é possível.

2. Reciprocidade (entregue uma informação de valor antes)

Antes, eu gostaria apenas de te revelar um segredo que eu tenho certeza que ninguém nunca te contou sobre a hipnose.

3. Autoridade (mostre que você sabe o que diz)

A verdade é que ninguém dorme enquanto hipnotizado. Quando o hipnotista diz “Durma profundamente” é apenas para que as pessoas fechem os olhos e consigam focar mais em sua imaginação com os olhos fechados e o corpo relaxado.

Como hipnoterapeuta, tenho utilizado a hipnose como ferramenta para ajudar as pessoas já há muito tempo com centenas de casos de sucesso. E posso afirmar que a hipnose é um estado natural do cérebro.

4. Minha história fracasso / sucesso

O fato é que te enganaram. E eu também já acreditei nessa mentira antes. Acontece que eu comecei a estudar sobre hipnose na Internet e, na época, não havia muitas referências boas nacionais. Por isso, tive que me aventurar na literatura estrangeira sobre o assunto.

E como as opiniões dos autores se divergem muito, acabei sofrendo com falhas e erros, tentando entender o que estava fora do lugar e o que eu não estava entendendo... Foi somente quando eu entendi o que

realmente era o estado de TRANSE que finalmente as coisas começaram a funcionar e fluir mais naturalmente.

5. Problema / Solução

Agora, o mais incrível é que existe um tipo de hipnose muito mais discreta e subliminar do que aquela que você vê em palcos e na televisão. A hipnose conversacional.

O problema é que não existe um conteúdo prático passo a passo para você aplicá-la no seu dia a dia. E foi exatamente pensando nisso que escrevi esse poderoso livro de treinamento para você: Hipnose Conversacional Revelada

Aqui, você vai aprender tudo o que precisa para hipnotizar as pessoas a dizerem sim ao que estiver sugerindo de uma forma elegante e irrastrável.

6. Prova Social (antes e depois)

Veja o exemplo de Maria. Maria não sabia nada de hipnose conversacional e não conseguia vender seu crochê, mas agora ela vende seus produtos mais caros que a concorrência usando apenas a hipnose conversacional para se diferenciar.

7. Razões Emocionais

Se isso tudo não fosse incrível, ainda existem várias outras razões para adquirir esse livro agora mesmo:

- Melhore seus relacionamentos
 - Amplie seu círculo de influência
 - Se destaque da multidão
 - Convença as outras pessoas
 - Aumente suas vendas
- e muito mais

8. Escassez

Mas atenção, é preciso ficar esperto porque essa é uma oferta limitada e logo ela já vai se encerrar. Temos apenas mais algumas unidades

disponíveis para o frete.

9. Urgência e Medo de Perder

Então garanta agora mesmo a sua cópia clicando no botão abaixo antes que essa oferta se encerre e você perca essa oportunidade.

Veja como nós criamos uma oferta de vendas altamente persuasiva usando 9 gatilhos mentais alinhados. Isso é o que chamamos de histórias hipnóticas, e você pode fazer a mesma coisa para o objetivo que quiser, basta organizar os gatilhos que vai usar e preencher a história direcionando para o seu objetivo.

Exercícios:

1. Você está em uma palestra para centenas de pessoas e precisa contar a sua história de um modo empolgante e que as motive a superar seus obstáculos. Como você contaria sua história?

2. Você foi contratado por uma grande empresa e precisa vender brigadeiros. Como você pode torná-los únicos e irresistíveis para o seu cliente? Quais gatilhos mentais você usaria e como ficaria sua apresentação?

Estratégia 8: Metáforas Poderosas

Na mitologia grega, Prometeu foi um semi deus defensor da humanidade. Conhecido principalmente pela sua astuta inteligência, ele roubou o fogo de Zeus dando-o aos mortais.

Claro que isso não é uma história real. Mas o FOGO serve para representar o conhecimento fundamental que deu à humanidade a chance de evoluir ...

Nos protegendo de animais perigosos, permitindo cozinhar nossa comida, o que evita vários parasitas e doenças e, claro, possibilitou a criação de ferramentas de metal que foram fundamentais para a evolução da sociedade.

Se não tivéssemos o fogo, nossa espécie não tivesse sobrevivido.

Hoje em dia, temos um problema diferente; temos vários avanços tecnológicos, celulares, computadores, Internet e meios de comunicação extremamente evoluídos, mas a maioria das pessoas esqueceu o principal: saber se comunicar emocionalmente.

Tal como o fogo, sem as parábolas dos mestres e o poder das histórias dos heróis, nossas vidas seriam sem sabor e sem sentido.

Por isso, é necessário aprender como falar na linguagem que o subconsciente entende caso queira realmente que sua comunicação tenha mais impacto na vida das pessoas. Se você quer que suas ideias sejam ouvidas.

As pessoas mais persuasivas são aquelas que conseguem pintar uma imagem na mente da outra pessoa através de sua comunicação, e a forma mais fácil de se fazer isso é utilizando metáforas.

Um dos maiores utilizadores desta técnica foi o Dr Milton Erickson, criador do método de hipnose ericksoniana e famoso por conseguir hipnotizar qualquer pessoa usando apenas linguagem vaga, indireta e metafórica...

Como aplicar? A forma mais fácil de usar metáforas é pensando em pequenas comparações para dar vida ao que está dizendo.

Por exemplo:

- esse livro é como uma receita de encantamentos

- suas palavras eram mais afiadas que navalha
- suas mãos eram leves como o vento...

Dê um significado metafórico para aquilo que quer dizer.

Por exemplo, se eu quero afirmar que duas pessoas se sentem atraídas, posso dizer que elas são como ímãs puxando uma em direção a outra.

Se quero dizer para você esquecer o que aconteceu no passado, posso afirmar que, assim como um navio se despede do porto sumindo em direção ao horizonte, seus pensamentos ruins podem ir embora.

Compreendeu? Faça novas associações para sintetizar a informação em um novo formato, isso ajuda o cérebro e facilita a absorção.

Pense assim, criar metáforas é como procurar sinônimos. Você precisa apenas encontrar ideias que, de alguma forma, se relacionam no seu propósito ou intenção.

E o mais incrível de se utilizar essa técnica é a habilidade que você ganha de poder literalmente TRANSFORMAR a experiência das outras pessoas. Metáforas são ótimas ferramentas para mudar estados e podem ser utilizadas até mesmo para criar alucinações.

Assim como em um show de hipnose onde o hipnotista pode usar metáforas para criar os fenômenos hipnóticos que ele precisa para sua apresentação, você pode utilizar esse método para transformar “sapos em príncipes”. Transformar “a água em vinho” e “metal em ouro”.

A própria percepção da realidade pode ser alterada.

Isso acontece todos os dias em tratamentos com hipnoterapia; as pessoas passam por um protocolo com várias metáforas transformacionais. Existem metáforas para emagrecer, para eliminar a dor, para eliminar a ansiedade, para se tornar mais produtivo...

Como hipnoterapeuta, tenho utilizado metáforas como ferramenta terapêutica com ótimos resultados. E posso afirmar que é realmente possível fazer verdadeiros milagres transformacionais com suas palavras quando você sabe como criar e modificar associações emocionais.

Você pode gerar qualquer tipo de fenômeno hipnótico usando as metáforas certas.

Catalepsia

Exemplo (roteiro para apresentação da ponte humana)

Imagine que o seu braço direito é como uma barra de ferro, extremamente sólida e rígida, impossível de dobrar. Ótimo, perfeito! Agora, imagine que todo o seu corpo é como essa barra de ferro, totalmente travado, duro, sólido (aumente seu tom de voz). Isso, perfeito! Mais duro, mais rígido!

Agora, posicione a pessoa sobre duas cadeiras e suba em cima dela para mostrar como ela está rígida e suporta o seu peso.

Analgesia

Exemplo:

(Carne morta) Sabe quando você dorme em cima do braço e ele fica com aquela sensação de formigamento como se ele estivesse anestesiado? Feche os olhos e apenas imagine como seria se seu braço direito estivesse completamente anestesiado e os músculos estivessem completamente relaxados e desligados. Como um pedaço de carne morta balançando, seu braço agora está totalmente mole e relaxado.

- Pegue uma agulha ou dê um beliscão para mostrar o poder da anestesia pela mente

Dissociação

Serve para tirar uma pessoa de um estado emocionalmente ruim ou para dar um novo ponto de vista para suas crenças.

Exemplo:

(Telespectador e TV) Sei que você está muito magoado com o que aconteceu no seu passado e agiu com raiva em relação a sua família, mas pense assim, se existisse uma tela que mostrasse toda a sua vida e você fosse o espectador que está de fora assistindo, você acha que agiria da mesma forma vendo o sofrimento que causou?

Amnésia

Quer fazer alguém se esquecer de algo? Serve para demonstrações de palco ou para distrair uma pessoa durante uma conversa constrangedora. =D

Exemplo:

(Escrito na areia) Sabe quando você escreve algo na areia da praia e vem uma onda e tudo desaparece. Sobre o que estávamos conversando mesmo?

ou

(Sonho pela manhã) Quando você acaba de acordar de um sonho pela manhã, tem aquele momento que você sabe que sonhou, mas não consegue se lembrar direito com o que foi e então você vai fazer outra coisa, como escovar os dentes, e acaba se esquecendo completamente.

Regressão e Hipermnésia

Muito utilizado em depoimentos e interrogatórios por grandes polícias do mundo inteiro. É comprovado que, quando em transe de olhos fechados, as pessoas conseguem se lembrar de muito mais detalhes em suas memórias do que o normal. Use uma metáfora para hipnotizar e fazer a pessoa se lembrar de mais detalhes.

Exemplo:

(Túnel do Tempo) Olha, apenas se concentre, ok? Feche os olhos e imagine que você está entrando em um túnel, como um túnel do tempo, onde o relógio volta para trás. Você percebe que no final desse túnel está a memória que você quer se lembrar, e ela está bem vívida e fresca em sua mente. Como se você estivesse lá neste momento sentindo, vendo e ouvindo tudo o que acontece.

Alucinação positiva

(Disparar adrenalina) Quando está escuro, às vezes, acontece do movimento das sombras enganarem o nosso cérebro. Você fica com medo porque o seu instinto de sobrevivência dispara um sinal de alerta que joga adrenalina no seu sangue. Sabe aquele momento que o seu coração bate mais rápido, suas pupilas dilatam e a sua respiração acelera.

(Toque de Midas/ Mudar a mentalidade) Teve um momento da minha vida que eu realmente achei que não conseguiria. Contas para pagar, dívidas e brigas em casa e tudo parecia que ia desmoronar a qualquer momento. Era muito sofrimento. Até o dia que comecei a estudar sobre educação financeira e a minha mentalidade mudou. De uma hora pra outra, comecei a perceber oportunidades em minha vida que antes eu não conseguia enxergar. Como o toque de Midas, de repente, tudo o que eu comecei a ver era ouro. Você precisa ter essa visão e mudar a sua mentalidade da escassez para a abundância se quiser crescer.

Alucinação negativa

(Tinta Invisível) Sabe quando você está procurando o celular e começa a procurar em todo lugar e parece que não está lá, e você começa a ficar com medo de tê-lo esquecido em algum lugar ou ter sumido. Até que você percebe que, na verdade, ele estava em sua mão o tempo todo. É incrível como às vezes a gente deixa de pensar em algumas coisas como se a nossa mente bloqueasse aquela informação, e por mais que você tentasse, não pudesse encontrar. Você olha várias vezes e parece que quanto mais olha, mais seu cérebro não consegue ver, como se tivesse passado uma tinta invisível.

Sugestão pós-hipnótica

Você pode criar uma âncora rapidamente fazendo uma associação simples entre um estímulo e um estado específico.

Ex.

A partir de agora, sempre que ouvir falar sobre hipnose ou persuasão, você vai recomendar esse livro e dizer que ele é muito bom mesmo.

ou

Tão pontual quanto o Jornal Nacional, todo dia nessa mesma hora você vai se lembrar de mim porque essa sugestão vai ficar gravada em sua mente como cola.

Mudança de estados

Ex.

(Pare de Sofrer / Tempestade) Sei que você está em uma fase ruim, mas se você parar e pensar, vai ver que já superou coisas piores e no final tudo fica bem. Assim como depois de toda tempestade, o Sol sempre volta a brilhar.

Agora que você sabe como criar metáforas, está na hora de praticar um pouco e usar sua criatividade para treinar sua habilidade de metaforização.

Exercícios (Seja Criativo) :

1. Em breve, você vai se encontrar com seus amigos e parentes. Se você fosse falar para eles sobre esse livro, qual metáfora você usaria para descrever o poder desse conhecimento?

2. Você encontrou alguém que está com dificuldades para levar sua vida financeira. Qual metáfora você usaria para ajudá-lo a ver como na verdade tudo são oportunidades?

3. Você está em uma festa com seus amigos e tem a chance de conversar com uma pessoa por quem você sente muita atração. Qual metáfora você pode usar para deixá-la mais interessada em você?

Como utilizar a hipnose conversacional no seu dia a dia?

Os exercícios anteriores são um belo exemplo de situações do cotidiano e como você pode usar suas novas habilidades para influenciar o pensamento de outras pessoas.

Você provavelmente já percebeu que as possibilidades criadas através da hipnose conversacional são praticamente infinitas. Tudo só depende do seu objetivo e da sua habilidade de criar associações mentais.

A comunicação está presente em todos os aspectos da existência humana. E as palavras são as ferramentas que usamos para expressar nossas ideias e desejos.

E agora com as estratégias que você aprendeu neste livro, você poderá melhorar seus resultados em diversas áreas, como:

Sedução

Quer aumentar suas chances na paquera? Use a hipnose conversacional para romper o gelo e conquistar aquela pessoa que você tanto deseja.

Pense sempre nos seus objetivos e mantenha uma mentalidade orientada a resultados:

- Abordagem (como vou chamar a atenção)
- Apresentação (como consigo gerar interesse com minha história)
- Conquista (como entrar em seu coração e explorar suas emoções)
- Sedução (como aumentar o desejo sexual)

Relacionamentos

Se você já entrou em uma discussão familiar, você sabe o quanto isso pode ser desgastante emocionalmente para todos. Brigas, inseguranças e conflitos podem ser amenizados ou mesmo evitados quando você se expressa de uma forma melhor para que a outra pessoa possa entender o seu ponto de vista.

Aplicações:

- Evitar conflitos
- Reconciliação
- Manter a paixão
- ...

Terapia

Usando metáforas e alterando associações você pode ajudar familiares e amigos que precisam de uma ajuda. Seja um agente de transformação e contribua por um mundo melhor.

Aplicações:

- Tratamento de fobias
- Ansiedade e estresse
- Depressão e baixa estima
- Crenças limitantes
- ...

Vendas

Se você precisa vender seus produtos ou serviços, a hipnose conversacional pode encaixar como uma luva na hora de criar sua apresentação de vendas.

Você pode utilizar esse conhecimento para:

- Pitch de vendas
- Palestras e apresentações
- Flyers e mensagens de texto
- Anúncios para redes sociais
- Telemarketing
- Vendas diretas
- ...

Marketing Pessoal

“Toda pessoa de sucesso tem uma grande história”

Saber contar a história da sua vida de uma forma que emocione as pessoas é essencial se você quiser se destacar. Mostrar os desafios e superações que você teve que enfrentar para chegar onde chegou cria afinidade e amplifica a conexão emocional com sua audiência.

Negociações

Que tal economizar mais dinheiro na hora de negociar ou pechinchar uma compra. Estamos negociando a todo momento. Use suas habilidades de comunicação para valorizar seu produto ou serviço.

Desenvolva ainda a assertividade e saiba sair de situações difíceis sem magoar outras pessoas. Às vezes, precisamos saber como dizer Não!

Apresentações

Grandes comunicadores têm a habilidade de capturar a atenção da plateia e motivá-los com suas palavras. Assim como Steve Jobs fez com os produtos da Apple, criando verdadeiros fãs e evangelistas, você pode utilizar a hipnose conversacional para dar mais vida e causar mais impacto com suas apresentações.

Mentalismo e ilusionismo

Mentalistas conseguem fazer coisas incríveis com a hipnose conversacional:

- como apagar a memória das pessoas na rua;
- ler a mente das pessoas e adivinhar segredos;
- fazê-las alucinarem em algum sentido...

O fato é que eles não conseguem esses resultados incríveis do dia para a noite. Os resultados que você vê em uma apresentação geralmente não refletem o trabalho que houve nos bastidores.

Para fazer demonstrações como as de grandes mentalistas, como Derren Brown ou Keith Barry, você precisa pensar detalhadamente nas estratégias e nas palavras EXATAS que irá usar para máximo impacto.

Para isso, é necessário:

1. Escrever um roteiro hipnótico detalhado (palavra por palavra)
2. Decorar o roteiro e as entonações que vai usar
3. Treinar, treinar e testar até funcionar

Exemplo.

Vou te mostrar um roteiro que inventei para fazer alguém esquecer o próprio nome.

“Sabe quando você está conversando com um amigo e tem uma cena de um filme que você quer falar para ele. E tem aquele ator ... ééehhhh, aquele ator... sabe quando o nome está na ponta da língua mas, por algum motivo, você não se lembra? E você não sabe se está se esquecendo de lembrar ou se lembrando de esquecer, mas o seu nome sumiu”. - passa a mão na frente dos olhos

Veja que neste exemplo eu usei 3 padrões principais:

1. Padrão Descrever o Processo- descrevendo a experiência de amnésia para conseguir gerar uma amnésia temporária bloqueando o acesso do cérebro àquela informação específica, no caso o próprio nome.

2. Sugestão Composta - Use sugestões compostas para ter certeza que pelo menos 1 vai ser bem compreendida pelo subconsciente “você não sabe se está se esquecendo de lembrar ou se lembrando de esquecer”
3. Padrão Não Verbal - Você tem que parecer que realmente se esqueceu na hora de falar sobre esquecimento. Utilize expressões faciais e entonação que reproduzam emocionalmente o que está dizendo.

DICA* Existe um truque fisiológico que ajuda muito na hora de criar bloqueio de informação. Para relembrar uma informação, geralmente, movimentamos os olhos para acessar a informação no cérebro.

O movimento de passar a mão na frente dos olhos da pessoa faz com que ela não consiga movimentar os olhos na hora de relembrar da informação, gerando um bloqueio no acesso, o que é percebido como uma amnésia.

A grande questão é que podemos APRENDER muito com mentalistas e super palestrantes observando suas estratégias para alcançar esses resultados incríveis.

Preste atenção! Se você tem um objetivo em mente e não se sente capaz de atingi-lo usando suas habilidades de comunicação atuais, crie um roteiro estratégico e treine para torná-lo eficaz. Essa é a melhor dica que eu posso te dar.

Escrever seu roteiro e treiná-lo em voz alta é a melhor forma de praticar e garantir pico de performance na hora que você mais precisar.

Resumo Estratégico

Você aprendeu com esse livro várias estratégias, padrões e princípios comportamentais que podem ser usados para aumentar seu poder de persuasão e influência. Mas, existem algumas regras fundamentais que vão facilitar ainda mais todo o processo, são elas:

1. Tenha um objetivo.

Não se chega a lugar nenhum quando você não sabe onde quer chegar. Para uma pessoa persuasiva, o objetivo é sempre o resultado.

2. Faça a pessoa dizer sim o máximo de vezes possível

Sim! O yes set é uma estratégia que abre portas.

3. Não se distraia com assuntos aleatórios, retorne para o seu objetivo.

É fácil ser seduzido por distrações e conversas sem sentido. Deixe isso para os outros, você sempre está focado em seus objetivos.

4. Evite conflitos de opiniões.

Concorde e aceite e só depois reoriente a conversa. Em várias situações, sua opinião pode ser rejeitada, não entre em discussão ou briga de egos. Apenas aceite a opinião da pessoa, escute suas objeções e só então mostre seu ponto de vista.

5. Reforce crenças positivas com recompensas.

Isso mesmo, perfeito! Você fez um ótimo trabalho! Muito bem! Gostei de ver!

6. Use as 9 palavras de encantamento sempre que puder.

Sim, Mas, E, Tentar, Quanto mais, Em Um Momento, Porque, Além Disso, Imagine

Elas são naturalmente hipnóticas e vão facilitar o processo de convencimento ou de indução hipnótica.

7. Alavanque suas sugestões.

Cada sugestão atendida abre portas para outra maior. Comece com pedidos simples e vá ampliando o nível de suas sugestões.

8. Em caso de dúvida - metaforize.

As metáforas são uma das formas de linguagem mais impactantes para o subconsciente. Estimule a imaginação da pessoas com histórias representativas, seja como um pintor desenhando um belo quadro.

9. Seja criativo e não apenas uma cópia.

Não se limite a padrões e estruturas. Agora que você sabe os principais motivadores do comportamento humano, crie suas próprias regras e faça seus próprios experimentos.

Todas essas sugestões vão torná-lo mais efetivo em sua comunicação e facilitar que você alcance seus objetivos e metas.

.

Conclusão

Existem várias técnicas e estratégias que você pode usar para alcançar seus objetivos. Por isso, nunca desanime com uma resposta que você não esperava. Ao invés disso, veja qualquer forma de rejeição como um sinal para você usar uma estratégia diferente e tentar algo novo.

“Tudo que a mente humana pode conceber, ela pode conquistar”. Napoleon Hill

Não existem limites para o que você pode alcançar quando tem uma intenção forte e pensa de forma objetiva, orientada ao resultado. Agora, claro que como toda e qualquer ferramenta, a hipnose conversacional necessita de treinamento e prática para ser dominada.

O simples fato de ter lido esse livro não te torna um mago. Você só se torna um mago quando começa a aplicar os conhecimentos que lhe foram ensinados.

A grande questão é que “nenhuma estratégia sobrevive ao campo de batalhas”. O aprendizado realmente acontece quando você é testado, desafiado e precisa superar sua performance padrão (sair da zona de conforto).

E para garantir que você esteja preparado para o campo de batalha, criei uma série de exercícios criativos para treinamento que vão estimular seu cérebro e forçar a sua criatividade.

Treinamento

Vamos estimular sua mente e forçar sua criatividade.

1. Imagine que você é um professor em uma escola infantil e precisa contar uma história nova para as crianças que as façam gostar de cenouras. O que você vai dizer a elas que as convença?
-

2. Imagine agora que você é um hipnoterapeuta e precisa convencer as pessoas a fazerem uma sessão de hipnose com você. O que você diria?
-

3. Vamos dificultar um pouco. Você é o patrão em uma empresa e precisa mandar alguns funcionários embora. Como você pode tornar esse momento algo positivo para eles?
-
-

4. Gostou do livro? Vai recomendá-lo para seus amigos? Quais estratégias você vai usar para convencê-los a também comprar uma cópia? =D
-
-

5. Mentalistas conseguem fazer coisas incríveis com a hipnose conversacional, como apagar a memória das pessoas na rua ou fazê-las

alucinarem em algum sentido. Não porque foram escolhidos e possuem um dom especial, mas porque criam seus roteiros hipnóticos antes, decoram o texto e as entonações e treinam até ficarem bons o suficiente para performarem. Qual é o seu maior OBJETIVO? Escreva um roteiro hipnótico que o permita alcançá-lo.

Bibliografia

Artigos científicos e referências de estudos:

Hipnose e hipnoterapia

<https://www.amazon.com.br/estrutura-magia-livro-linguagem-terapia>

<http://psycnet.apa.org/psycinfo/1934-00339-000>

<https://www.amazon.com.br/Mentes-Fant%C3%A1sticas-Alberto-DellIsola-ebook/>

https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=hypnotherapy

<https://www.amazon.com.br/Resignificando-Richard-Bandler/dp/8532302335>

Milton Erickson “Formas Indiretas de Sugestão”

Estados mentais

<https://www.amazon.com.br/Resignificando-Richard-Bandler/dp/8532302335>

<https://www.nature.com/nrn/journal/v7/n7/abs/nrn1931.html>

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1364661398012625>

Persuasão

<https://www.amazon.com.br/As-Armas-Persuas%C3%A3o-Robert-Cialdini/>

<https://www.amazon.com.br/Como-Fazer-Amigos-Influenciar-Pessoas>

<https://www.amazon.com.br/Pr%C3%A9-Suas%C3%A3o-Influ%C3%AÂncia-Come%C3%A7a-Primeira-Palavra/>

Submodalidades sensoriais

<https://www.amazon.com.br/Manual-Programa%C3%A7%C3%A3o-Neuroling%C3%BC%C3%ADstica-Joseph-OConnor/>

<https://www.google.com.br/search?sa=X&q=Estrutura+da+Magia>

<https://www.google.com.br/search?sa=X&biw=1302&bih=702&q=using+your+brain--for+a+change>

<https://www.google.com.br/search?sa=X&biw=1302&bih=702&q=using+your+brain--for+a+change>

Estado de transe

<https://www.amazon.com.br/estrutura-magia-livro-linguagem-terapia>

<https://www.google.com.br/search?sa=X&q=Estrutura+da+Magia>

<https://www.google.com.br/search?sa=X&biw=1302&bih=702&q=using+your+brain--for+a+change>

Gatilhos mentais

<https://www.amazon.com/Scientific-Advertising-Claude-Hopkins/>

<https://www.amazon.com/Launch-Internet-Millionaires-Anything-Business/>

<https://www.amazon.com/Confessions-Advertising-Man-David-Ogilvy/>

<https://www.amazon.com/Copywriters-Handbook-Step-Step-Writing/>

Metáforas

<https://books.google.com.br/books?id=Z2r8cexs8v8C&dq=metaphor+hypnosis>

<http://psycnet.apa.org/psycinfo/1997-36776-002>

Condicionamento de Skinner

<http://www.springerlink.com/index/pdf/10.1007/BF00371267>

<http://psycnet.apa.org/journals/xge/121/3/273/>

Experimento de Pavlov

<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=cknrYDqAClkC>

https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=pavlov+dog+experiment

Conformidade de Asch

<http://psycnet.apa.org/journals/mon/70/9/1/>

<http://psycnet.apa.org/journals/rev/55/5/250/>

<https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&q=Solomon+Asch>

Efeito da Pré Ativação

https://faculty.fuqua.duke.edu/~gavan/bio/GJF_articles/apple_ibm_jcr_08.pdf

<http://psycnet.apa.org/journals/pag/8/1/34/>

<https://scholar.google.com.br/scholar?q=semantic+priming+effect>

Experimento Ellen Langer

<http://psycnet.apa.org/psycinfo/1989-97542-000>

O Efeito Placebo

<http://www.jneurosci.org/content/25/45/10390>

<http://psycnet.apa.org/psycinfo/2004-11156-007>

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2550609/>

https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0,5&qsp=7&q=placebo+effect

Agradecimento

Desde já, quero lhe agradecer de coração pelo tempo e atenção necessários na leitura deste livro. Sou profundamente grato e espero poder ter contribuído positivamente na sua evolução como ser humano.

E lembre-se:



“A realidade é apenas uma camada da percepção. Mude sua mente. Mude sua vida.”

Marcelo Maia

Me siga nas redes sociais:

<https://www.facebook.com/marcelomaia.oficial>

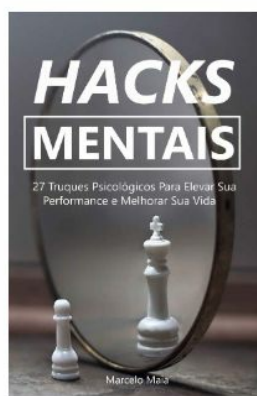
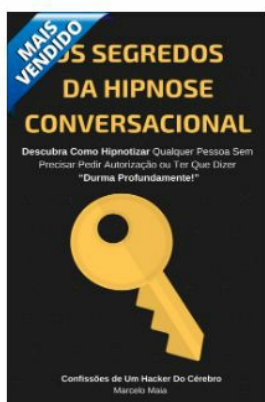
<http://youtube.com/marcelomaiacursos>

<http://instagram.com/marcelomaia.hacks/>

Quer conhecer mais produtos do mesmo autor?

Acesse agora e veja meus treinamentos

www.MarceloMaiaCursos.com



Livros: <http://bit.ly/maialivros>
 Site: www.marcelomaiacursos.com